

(5) 事業計画書 ※一部公表される場合があります。

1: 補助事業の具体的取組内容

(1) 事業再構築要件について

事業再構築の類型	必要となる要件	内容
業態転換 提供方法の変更	①製造方法等の新規性要件、	①過去に同じ方法で製造等していた実績がないこと ・今回導入計画しているライカ社製 BLK360° カメラを用いた屋外の VR 画像の作成は、過去に作成したことがない。 ・自社ドローンでの空撮写真を登録できる EC サイト「ドローンフォトバンク」を新しく構築し、それをきっかけに新規顧客に対し、SNS 広告・ランディングページ・チラシなど継続的な広告制作に結び付けるといことは、過去に実施したことがない。
		②新たな製造方法等に用いる主要な設備を変更すること ・ライカ社製 BLK360° カメラを導入 ・「ドローンフォトバンク」ECサイトを新たに構築 ・ドローン2機種（オーテルロボティクス社製ドローン「EVO II Pro」、DJI 社製 FPV ドローン「DJIFPV」）を導入
		③定量的に性能又は効能が異なること ・VR動画サービスの性能や効能を定量的に比較することは困難 ・「ドローンフォトバンク」は新たな取組であり、比較対象が無く、比較は困難
	③商品等の新規性要件 又は 設備撤去等要件	①過去に製造等した実績がないこと ・ライカ社製 BLK360° カメラを使って屋外 VR 画像の作成は無い ・「ドローンフォトバンク」は新たな取り組みであり、過去に作成は無い
		②製造等に用いる主要な設備を変更すること ・ライカ社製 BLK360° カメラを導入 ・「ドローンフォトバンク」ECサイトを新たに構築 ・ドローン2機種（オーテルロボティクス社製ドローン「EVO II Pro」、DJI 社製 FPV ドローン「DJIFPV」）を導入
		③定量的に性能又は効能が異なること ・VR動画サービスの性能や効能を定量的に比較することは困難 ・「ドローンフォトバンク」は新たな取組であり、比較対象が無く、比較は困難
	④売上高 10%要件	後述する計画表の通り全売上高の 10%以上となる計画である。

(2) 具体的な取組の内容

1) 現在の事業の状況

【当社概要】

当社は兵庫県姫路市にて 1993 年に設立、以来 28 年にわたり住宅会社や不動産会社を主要顧客(売上の約 7 割)とし、集客イベントの開催やチラシなどを活用した販促等の企画提案を行なってきた。

その中から培ってきた様々な集客方法やデザイン、成功事例、オリジナル商材などの企画力が当社の強

みである。従業員の大半(8/12名)がデザイン関係の学校の卒業生(大学卒6名・専門学校卒1名・高校デザイン科卒1名)で、特にクリエイティブな仕事を得意としており、7名がデザイナーとして従事している。

主要事業はチラシなどの紙媒体の広告である。そのほかの事業としては、PTA新聞の発行や学生を対象した就職情報誌の発行、名刺印刷を中心としたインターネット印刷通販「十八番プリントドットコム」の運営等を行っている。

事業分野別売上高の推移は下表の通りで、2018年～2019年は約2.85億円あったが、2020年はコロナの影響で2.34億円と約2割の落ち込みとなっている。

《事業分野別売上高》

(単位：千円)

	2018年度	2019年度	2020年度	2019年比増減
①チラシ類	129,071	117,364	75,562	35.6%減
②折込・ポスティング	40,387	38,195	28,916	24.3%減
③冊子・カタログ・パンフ	7,547	11,891	17,725	49.1%増
④封筒・はがき・伝票・名刺	22,876	16,399	14,258	13.1%減
⑤デザイン・制作のみ、看板	10,547	16,057	10,739	33.1%減
⑥18-print(ネットからの名刺受注)	16,902	16,436	11,662	29.0%減
⑦Web、動画、VR制作	5,575	17,865	31,836	78.2%増
⑧その他	54,197	50,583	43,743	13.5%減
合計	287,102	284,790	234,441	17.7%減

- ・2018年から2019年にかけて、紙媒体(①②③④)は冊子類(③)を除き、減少傾向にあったが、2020年は**コロナの影響で、減少が顕著**になった。
- ・冊子類が増加しているのは情報媒体として折込のチラシ依存から、カタログ・冊子を活用したダイレクトメールや手渡しなどに変化してきたことによる。
- ・ネットからの名刺受注(18-print)は2018年～2019年は横這いであったが、2020年は**コロナの影響で大幅に減少**(2019年に対し2020年は29%減少)
- ・Web、動画、VRは反響が低下してきたチラシなどの広告印刷物に代わる手段として増加傾向にあったが、**コロナ禍による非対面・非接触の告知方法として急増**した。

【事業環境】

上表の売上推移からわかるように、コロナ発生以前(2018年～2019年)から、チラシ・折込等紙媒体の売上が減少傾向にあった。顧客(不動産・住宅会社)の集客方法がそれら紙媒体主体からホームページやインターネット広告など多様化してきたことが要因である。

そこへ、今般のコロナで集客を目的としたチラシやイベントが中止になり、当社も大打撃を受けた。

今後、コロナが収束しても非対面・非接触の個別集客へと拍車がかかり、従来のような**チラシを主体とした広告は減少**していくのではないかとと思われる。

《コロナの影響》

- ①新型コロナウイルスの影響により、住宅展示場及び各住宅会社の集客イベントの中止が数多くあり、当社にとっても売上減少の大きな要因となった。特に2020年5月度においては、当社がメインとしていた分譲地やモデルハウスへの集客を目的としたチラシや集客イベントの大部分が中止となり、売上が2019年の5月に比べ半分以上に激減した。
- ②コロナ禍を大きな契機として、顧客である住宅会社においても、今までのチラシなどを使ったイベント集客中心から、SNS広告やホームページでの予約案内など非対面・非接触の個別集客へと拍車がかかり、チラシ印刷自体の仕事が激減している状況である。今後、コロナが終息した場合でも広告印刷

物の仕事、特にチラシにおいては今までのような売上を確保できる商材にはならないと思われる。

【競合】

競合として認識しているのは[]である。両社は当社と同じく[]不動産・住宅分野を主な事業分野とする広告、印刷業である。当社知る限り、両社ともドローン空撮は外注、屋内外のVR撮影は行っていない。

又、近隣で屋内のVR撮影を行うマターポートカメラを所有しているのは一部の不動産会社[]で、屋外撮影を行うBLK360°カメラを所有しているところは無い。

今般の当社の取組みはこれら競合の一步先を行くもので、**当社競争力の強化に繋がる**ものである。

【強み・弱み、機会・脅威】

<p>(強み)</p> <ul style="list-style-type: none">①従業員の大部分(7割)を占めるデザイナーのデザイン・企画力。②創業以来、不動産・住宅業界に特化した事業の中から培ってきた様々な集客方法・デザイン・成功事例、高い集客率を誇るポケットチラシやバリアブル機能を活用したチケットインDMなどオリジナル商材の企画力。③不動産、住宅に特化した印刷業(単なる印刷屋ではなく、企画提案型)である。④動画撮影やドローン撮影の経験がある。	<p>(弱み)</p> <ul style="list-style-type: none">①不動産・住宅業界を中心としたルート営業に依存しているため、新規顧客への開拓力が弱く、既存顧客の売上に左右されやすい。②コロナ禍以前から減少傾向であった当社のメインであった住宅・不動産のチラシがコロナ禍以降、大きく減少し売上が下がっている。③住宅業界の販促においてチラシ離れが進み、新たな決め手となる販促手段が[]状況。
<p>(機会)</p> <ul style="list-style-type: none">①チラシや折り込み中心の広告から、ポスティング、HPやインターネット広告(デジタル化)等多様化している②ドローンを使った空撮が一般的に広がってきている。③当地(姫路市)にもドローン教室が開設されている。	<p>(脅威)</p> <ul style="list-style-type: none">①新型コロナウイルスの影響により、住宅展示場及び各住宅会社の集客イベントの中止が数多く、コロナが終息した場合でも広告印刷物の仕事、特にチラシにおいては今までのような売上を確保できる商材にはならないと思われる。②コロナ禍をきっかけにしたお客様の住宅展示場離れ、モデルハウスやオープンハウスの見学会離れが進んでいる。③少子高齢化、人口減少社会になり、不動産・住宅購入者の減少が予測される。



事業再構築で目指す方向

「広告媒体が多様化し、デジタル化が進展している」という機会(脅威でもある)を捉え、「デザイン力、企画力、動画撮影、ドローン撮影の経験有」という強みを活かし、「ドローン、動画・VRを活用したデジタル化で顧客(不動産・住宅会社)の広報支援を行う事業を推進し、**事業再構築**を図り、売上をコロナ前水準に戻し、更なる拡大を目指す。

2) 事業再構築の必要性

前述のような状況であり、**印刷物の制作を中心とした今までの事業から大幅な転換が必要**で、今後、チラシに代わり継続的に受注できる商材の提供を確立していく必要がある。

そしてそれは他社から真似されにくく独自性があるもの、当社が得意とする社内デザイナーたちのクリエイティブな能力を活かせるもの、原材料などの仕入原価が低く利益率の高いことが求められる。具体的には他社にない特殊な機器やシステム、ソフトなどを活用したクリエイティブな仕事である。

3) 事業再構築の具体的内容

住宅の購入を計画しているお客様に対しては、住宅の持つ特徴や性能・分譲地の環境などをビジュアル的に分かりやすく魅力的に伝えるシネマティックなプロモーションビデオなどがより効果的になるのではないかとおもわれる。その一環としてまずは今回の映像提供事業を考えている。

主な取り組みは「ドローンフォトバンク」と「モデルハウス、住宅展示場の内外VR動画」作成による新たなサービス（顧客である不動産・住宅会社の広報支援）である。

「ドローンフォトバンク」内には、分譲地の空撮画像をはじめ分譲地や住宅を紹介するビデオの事例などを用意し受注につなげる。

【「ドローンフォトバンク」ECサイトの構築と営業への活用】

《これまでの取り組み》

当社では2014年からドローン（DJI社製のPhantom）を使った分譲地などの空撮を行なっていたが、機材の故障により ██████████ 現在は顧客から依頼された場合のみ、██████████ 行なっている状況である。外部委託する場合は、少なくとも1回の飛行で外部委託業者に対して35,000～50,000円の費用が必要で、丸1日になる場合は██████████ 円になることも多く、そこに当社の手数料をプラスすると顧客にとっても費用負担が大きいため、撮影したくても諦めざるを得ない状況が数多くあった。

《今回の取り組み》

今回、自社で最新のドローンを導入し、エリアを絞ってあらかじめ撮影しておいた分譲地の空撮画像を集めたECサイト「ドローンフォトバンク」をつくり、校区や住所などから空撮写真を自動検索できるシステムを構築する。

検索者はそこから必要画像をダウンロードする場合のみ費用が発生するという仕組みである。〔ダウンロード1点につき10,000円の予定〕

また、希望の空撮写真が見つからない場合はサイトから撮影依頼ができるようにする。

撮影価格については1回撮影（4～5点撮影）につき20,000円～と、一般的な市場価格である35,000円～10万円より低価格で可能である。（社内でドローン撮影を行うことと一度の飛行で他の分譲地と一緒にまとめて効率よく撮影することにより採算が合う仕組み）

このECサイト「ドローンフォトバンク」の構築により、分譲会社（検索者）は1点10,000円という低価格で空撮写真が入手でき、無い場合でも20,000円～で空撮依頼ができ価格的にも非常にメリットがある。このようなドローンでの空撮写真ばかりをあらかじめ集めた写真レンタルサービスは全国的に見ても例がなく、分譲地に特化した「ドローンフォトバンク」は画期的なシステムである。

『ドローンフォトバンク』を活用した新規営業の流れ』

- ① 開発団地の情報を入手し、あらかじめ分譲地をドローンで空撮
- ② ドローンフォトバンクに登録
- ③ ドローン空撮の分譲地所有の不動産・住宅会社に営業

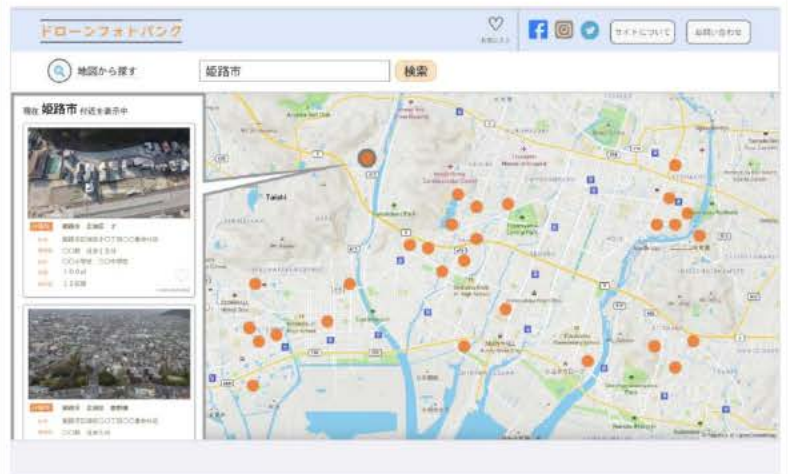
*1点 10,000 円でダウンロードができる「ドローンフォトバンク」のサービス内容を伝え、そのほか当社独自のサービスである屋内外の VR 画像作成サービスや校区エリア限定の集合チラシ・SNS 広告・当社の集客オリジナル商材などの案内をする。

「ドローンフォトバンク」は単に空撮写真を提供（販売）するのではなく、そこを窓口として、その写真を使った SNS 広告・ランディングページ・チラシなど**広告制作を継続的に受注することが目的**で、「ドローンフォトバンク」を**新たな営業ツール**として顧客開拓、売上拡大を図るという**従来にない取組みで事業再構築**を行うものである。

『ドローンフォトバンクサイトワイヤーフレーム（案）』



トップページのイメージ図



場所検索ページのイメージ図

《購入予定のドローン》

導入予定のドローンは下記の2機種。

①オーテルロボティクス社製ドローン「EVO II Pro」

主な特徴は下記の通りであるが、一般的なドローンに比べて連続飛行時間が長いので、纏めて撮影が可能で、生産性アップに繋がる。

〈主な特徴〉

- ・最大 40 分の連続飛行でまとめて撮影が可能
※一般的なドローンは約 25 分程
- ・曇天でも鮮明な画像撮影が可能
(カメラはソニー製)
- ・360° の障害物回避センサー付で安全
- ・メイドイン USA によりセキュリティーリスクを回避



オーテルロボティクス社製ドローン「EVO II Pro」

②DJI 社製 FPV ドローン「DJIFPV」

下記のような特徴を持ち、一般的なドローンよりも高度な撮影技術が必要な為、習得すれば他社との差別化につながる。

〈主な特徴〉

- ・建物・立地などの空撮には欠かせない超広角(150度)の撮影が可能。
- ・これまでの一般的なドローンではできなかった FPV 視点 (FirstPersonView: 1 人称視点) での操作ができる為、お客様の希望に沿った撮影が可能。
- ・一般的なドローンよりも高度な撮影技術が必要な為、習得すれば他社との差別化につながる。



DJI 社製 FPV ドローン「DJIFPV」

2) 「モデルハウス、住宅展示場の内外VR動画」作成による新たなサービス（顧客の広報支援）

①これまでの取り組み

当社としてはこれまでのチラシの売上に依存した事業を見直し、本来の当社の強みであるクリエイティブな能力を活かせる利益率の高い事業を模索中であったため、コロナ禍というきっかけもあり、かねてより検討中であったアメリカのベンチャー企業であるマターポート社が開発した 3D スキャンカメラを使ったモデルハウスの VR 撮影などのクラウドサービスに着目し、2020 年 5 月にマターポートカメラを 1 台購入、さらに 10 月にもう 1 台購入、現在 2 台でモデルハウスやショールームなどの VR 撮影やウォークインスルー画像の提供を行っている。



マターポート社の
3D スキャンカメラ

②新たな取組

【ライカ社製 BLK360° カメラの導入について】

マターポートカメラは屋内専用の VR カメラであるため、屋外を撮影するには非常に困難である。特に晴天の場合、マターポートカメラではカメラの撮影ポイントが認証されにくく撮影の位置認識がエラーになり、屋外撮影不可になることがほとんどである。

住宅展示場など広い敷地においてモデルハウスの外部からのウォークインスルーの VR 画像を作成する場合には、屋外専用カメラであるライカ社製 BLK360° カメラが必需となり現在はできない状況である。

当社の顧客であり [] 様より []

[] において屋外からの VR 撮影の相談があり、今後その他のエリアでの受注も見込まれるため、屋外用 VR 撮影カメラであるライカ社製 BLK360° カメラを導入したいと思っている。

- *ライカ社製 BLK360° カメラを所有して屋外からの VR 撮影を行える企業は非常に少ない状況である。一部レンタルもあるが、5 日間レンタル 15~25 万円と非常に高額である)

Leica
Geosystems



ライカ社製 BLK360° カメラ

ライカ社製 BLK360° カメラを導入しマターポート社のカメラと併用することで、屋内外全ての VR 画像が撮影でき、**従来になかった画像を提供**できるようになり、**当社競争力強化**に繋がる。

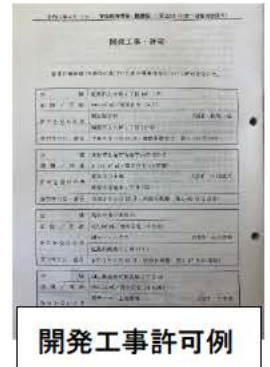
【競争力強化の道筋】

①ドローンフォトバンクを入口に、広告制作の受注増を図る。

- ・最初はエリアを兵庫県南部の播州エリアに絞ってドローン空撮を行い、「ドローンフォトバンク」に登録し、既存顧客の不動産・住宅会社にチラシやDMなどで案内する。
- ・その反響を見ながら他のエリア（神戸・岡山等）にも展開する。
それにより、今まで当社と取引のなかったエリアや新規取引先においても「ドローンフォトバンク」を通じて、新しく繋がることができ、新しい市場開拓に結びつくものとして期待できる。

②新規の分譲地情報入手で顧客開拓を行う。

- ・いち早く分譲地の販売計画を取得するため、開発工事許可の情報を██████████から得て、あらかじめ所在地などを確認し工事状況などを確認し、適宜空撮を行う。広告会社の大部分は開発工事許可の後、ある程度造成工事が進んだ段階で分譲事業者から連絡を受けて準備をすることが多い。当社では開発工事が許可された時からその情報をいち早く██████████行なう。そのスピード感の差で他者との差別化を図る。
- ・「ドローンフォトバンク」の空撮作業において新規の分譲地情報をいち早く入手することもでき、その後の SNS 広告やチラシなどの販促への営業活動に生かすことができメリットは大きい。



③更なる強みの構築で競争力強化を図る。

- ・将来的には FPV ドローンを使い分譲地の紹介から実際の住宅の紹介までをシームレスに撮影したプロモーションビデオを提供する予定である。その為 **FPV ドローンの運航に必要な第三級陸上特殊無線技士の免許はスタッフが近日取得予定**である。
- ・ドローンによる空撮及び動画作成においてドローン操作に熟練した社員を1人増員し、1年後（令和4年4月～）にはFPV ドローンを駆使したプロモーションビデオの制作にも注力する。現在住宅業界においてFPV ドローンを活用したプロモーションビデオを提供している会社はほとんどないと思われる。他社よりも先行しサンプル事例をドローンフォトバンクで公開、営業マンが案内することで受注につなげる。
- ・ドローンによる分譲地撮影やプロモーションビデオでの案内+ライカ社製 BLK360° カメラを使った分譲地や住宅展示場の外観 VR 撮影+既存のマターポートカメラ Pro2 を使ったモデルハウス等内観 VR 撮影・画像作成を全てトータルに自社で行える会社はほとんどなく、営業上も強い武器となる。

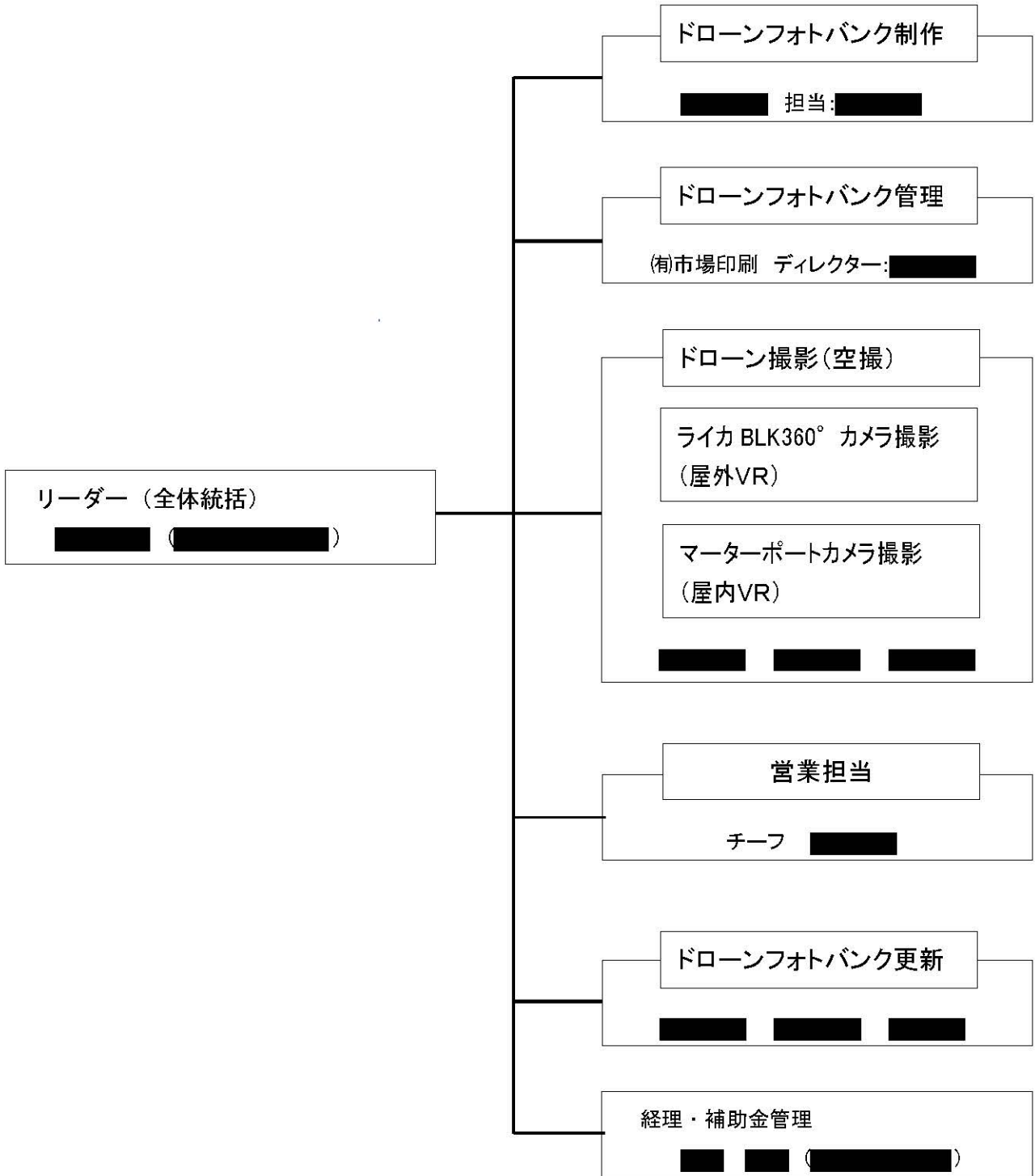
④ドローンフォトバンクの拡張

- ・最初はドローンの空撮写真からはじまり、BLK360° カメラによる外観の VR 画像やマターポートカメラによる内観の VR 画像の紹介など必要に応じて注文が可能。さらに住宅購入者にとって暮らしのイメージを想像できるプロモーションビデオは非常に効果的である。
- ・今後将来的には、撮影エリアを広げ分譲地だけではなく、外部の方がドローンで撮影した空撮写真を自由にアップロードができ、その写真が 10,000 円にてダウンロードされれば撮影者に写真使用料（1点につき約██████ 円）、当社には手数料（1点につき約██████ 円）が入るというシステムにより、サイトの拡張を図る予定である。
- ・「ドローンフォトバンク」への写真の登録をドローン撮影の有資格者にも案内する予定である。
（██████████の卒業者約 1,000 名に対し案内予定）
- ・そのほかに高性能ドローン（DJI Matrice300RTK）を活用した山の撮影と 3D マッピングによる木材の種類・量の算出や山の売買金額査定などの新サービス提供、さらには定期点検などの撮影や災害安全確認マップの作成など地域社会にも役立つ発信やサービスの提供ができればと考えている。

【実施体制】 下記体制で推進する。

ドローン撮影・マターポートカメラ撮影については、既に経験者のため、遅滞なく稼働に繋げる。

ドローンフォトバンクは[]を中心に、(有)市場印刷 EC サイトディレクター[]の協力のもと、システムを構築する。空撮写真の入力に関しては、(有)市場印刷の[]が行う。この3名は IT 関連にも精通しており、本補助事業の遂行に技術的な支障はないと考えている。経理・補助金管理担当も経験豊富で、過去の補助金事業の際も問題なく対応している。



【財務面】

決算書の通り、補助事業推進に懸念は無い。又、必要資金は自己資金で対応する。

〈スケジュール〉7月交付申請・決定と想定して計画

	8月	9月	10月	11月	12月
機器発注 (BLK360° カメラ、 ドローン)	→				
ECサイト「ドローン フォトバンク」発注	→				完成
ドローン研修		→			
空撮実施		→			
空撮写真をECサイトにUP				→	
営業開始 *チラシDMにて不 動産・住宅会社へ告 知					→

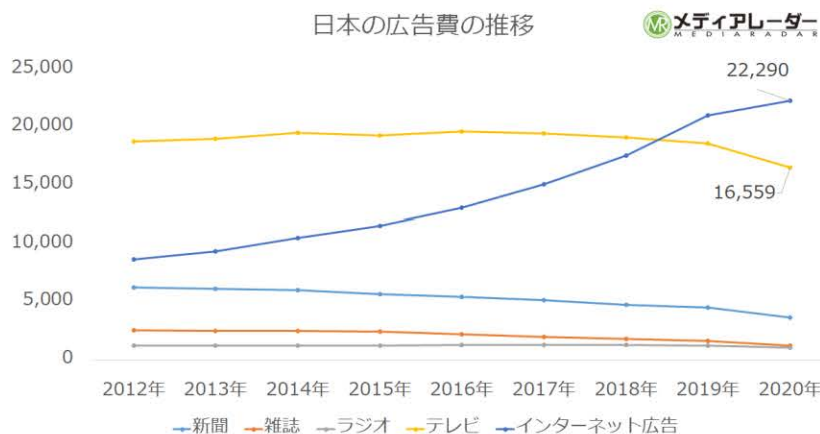
- ①機器発注：交付決定後、BLK360° カメラ、ドローン、「ドローンフォトバンク」構築を発注
- ②ドローン研修：ドローン入手後、社内にて経験者が未経験者を指導し、操作可能者を増やす。
- ③空撮～ECサイト「ドローンフォトバンク」にUP：ドローン研修後、空撮を実施し、「ドローンフォトバンク」完成後、空撮写真をアップしていく。
- ④営業開始：「ドローンフォトバンク」を使った営業活動を開始する。

2：将来の展望（事業化に向けて想定している市場及び期待される効果）

（1）具体的なユーザー、マーケット、市場規模

1）広告業界の推移

日本の広告費（出典：㈱電通）の推移を下図に示す。インターネット広告費の伸びが著しい。



日本の広告費の推移:メディアレーダーHPより

2）不動産業界の広告費の推移

マスコミ4媒体の広告費は年々減少傾向であるが、不動産・住宅設備部門の減少は全業種よりも落ち込みが大きい。

一方、インターネット広告は急速に増加しており、2017年比で2020年は5割近く増加し、マスコミ4媒体合計を超えた。広告は急速なインターネット化（デジタル化）が進んでいる。

*マスコミ4媒体（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌）の広告費

《広告費推移》 (株)電通の日本の広告費データを基に当社作成

(単位：千円)

		2017年	2018年	2019年	2020年
マスコミ 4媒体	不動産・住宅設備	13,032 (2017年比)	12,171 93.4%	11,316 86.8%	9,841 75.5%
	全業種合計	266,380 (2017年比)	257,510 96.7%	248,270 93.2%	213,630 80.2%
インターネット広告		150,940 (2017年比)	175,890 116.5%	210,480 139.4%	222,900 147.7%
マスコミ4媒体+インターネット合計		417,320 (2017年比)	433,400 103.9%	458,750 109.9%	436,530 104.6%

4媒体+インターネット広告の合計はコロナ禍の2020年においても2017年比で増加している。インターネット広告の急激な伸びに支えられている。

3) 具体的なユーザー、マーケット、市場規模

当社が対象とする具体的なユーザー、マーケット、市場規模は下記の通り。

【ドローンフォトバンク】

「ドローンフォトバンク」では写真を売るのが主目的ではなく、ドローン空撮写真を使ったSNS広告やチラシ・看板などの分譲地の販促提案をする事で売上につなげることが真の目的である。

例えば5~10区画の分譲地の場合、全区画が完売するのに1年以上かかる事が多く、その間にSNS広告やチラシ・看板などの広告を実施することがほとんどである。

通常完売までに**販売価格の1%~3%の広告予算**を使うことなどから、5区画の分譲地の場合、5区画×分譲住宅販売価格2,500万円として1億2,500万円。その1%~3%として125万円~375万円の広告予算を使う。「ドローンフォトバンク」をきっかけに月に最低1件の5区画以上の分譲地広告の契約ができれば年間12件×広告予算125万円~375万円として、年間広告予算合計額1,500万円~4,500万円。そのうち50%の広告制作を受注すれば、1件当たり750万円~2,250万円の売上が可能である。

ここ数年の兵庫県内の分譲住宅の数は(株)住宅産業研究所の全国住宅市場ハンドブック(2019年版)によると、年間5,500~6,500戸(H29年度:5,559戸)であり、上述に従うと、5,500戸×2,500万円/戸×1%~3%=13.75億円~41.25億円となる。これを近畿圏などに広げると数倍の広告費の市場規模となる。

主な顧客は分譲地の住宅販売をメインに手掛ける会社で、当社シェアが低く規模の大きな会社の一例を下表に示す。下表の住宅会社6社で兵庫県内の分譲住宅の**約4割を占めてあり、シェアの低い当社にとっては開拓余地の大きな市場**である。

《兵庫県内の分譲住宅会社で当社シェアの低い顧客：戸数はH29年度》

	戸数	当社シェア
■■■■■■	595	約■■%
■■■■	440	0%
■■■■■■	375	0%
■■■■	365	0%
■■■■■■■■	200	約■■%
■■■■■■	215	約■■%
合計	2,190	

(株)住宅産業研究所の全国住宅市場ハンドブック(2019年版)より抜粋、当社にて作成

マターポートカメラ Pro2 を使ったモデルハウス内観 VR 撮影・画像作成を全てトータルに自社で行える会社はほとんどなく、営業上も強い武器となる。

《サービス内容と価格（単位：円）》

サービス内容	当社	他社	評価
空撮写真ダウンロード（1点）	10,000	例がない	分譲地のドローン空撮写真のダウンロードサービス自体が無い為、比較できない。
ドローン1回撮影	20,000～	35,000～10万	特に播州エリアでは交通費なども含めて価格的に優位である。
住宅展示場 VR 作成	■■■■■	■■■■■	ライカ社製 BLK360° カメラを使った VR 画像作成料金は、■■■■■ ■■■■■の価格では■■■■■

（3）課題やリスクとその解決方法

【ドローン撮影における課題】

- ①ドローン撮影の課題の一つは**撮影時間**である。今回導入予定のオーテルロボティクス社製ドローンは最大飛行時間が40分(DJI社製の一般的なドローンは18～34分)となり、360°の障害物回避センサー搭載により安全性もUPしている。さらに曇天の場合でも鮮明な画像撮影が可能な高性能カメラを搭載、メイドインUSAによりセキュリティーリスクにも配慮したものである。これらにより一度のフライトで近隣における複数の分譲地の撮影が可能になり生産性もUPする。
- ②**分譲地の場所をいかに早く情報入手する**かも課題であるが、■■■■■などからの情報収集で解決でき、効率のよい空撮スケジュールを作成することが可能になる。
- ③FPVドローンを活用したプロモーションビデオの作成に関しては、**第3種陸上特種無線技士の免許の取得が必要**となり6月に取得予定で進めている。これにより分譲地や住宅の案内などをより一層シネマティックなプロモーションビデオとして提供することが可能になる。このプロモーションビデオは住宅の購入を考えている方にとって一目でわかりやすく今までに無いサービスとして非常に効果的である。

（4）事業化見込みについて

上述の通り、広告業界でも急速なデジタル化（インターネット化）が進んでおり、不動産業界においても動画による広告、VRによる体験などデジタル化の伸張が想定される。本補助事業により取り組むのはまさにそのようなデジタル化広報の支援ツールを提供することである。

補助事業終了後すぐにできるサービスは以下のようなものである。

【導入後すぐにできるサービス】

- ①ドローンによる分譲地撮影・画像作成
- ②BLK360°カメラを使ったモデルハウスの外観VR撮影・画像作成
- ③マターポートカメラ Pro2 を使ったモデルハウス内観VR撮影・画像作成

これにより**空撮→街並み→QRコード→外観→内観**へとつながり、視覚的にもよりグローバルになる。

①②③を全て自社で行うだけではなく、その後の販促や集客に結びつけた提案が行える点が当社の強みとなる。

（5）地域貢献

デジタル技術を活用した新しい取組みで、他の企業のモデルになると共に、地域経済活性化にも繋がる取組みである。

3：本事業で取得する主な資産

本事業により取得する主な資産（単価50万円以上の建物、機械装置・システム等）の名称、分類、取得予定価格等を記載してください。（補助事業実施期間中に、別途、取得財産管理台帳を整備していただきます。）

建物の事業用途 又は 機械装置等の名称・型番	建物又は製品等分類 (日本標準商品分類、 中分類)	取得予定価格	建設又は設置等を行う事業実施場所 (1. 申請者の概要で記載された事業実施場所に 限ります。)
ライカ社製 BLK 360° カメラ	65 理化学機械 及び光学機械	■■■■■■ 円	
ドローンフォトバンク EC サイト	53 プログラム	■■■■■■ 円	

4：収益計画

(1) 実施体制

前述の体制で実施する。

(2) 事業化スケジュール

	主な実施事項	期待する効果（売上見込みは下表参照）
基準年度	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンクの完成（姫路周辺エリア） BLK360° カメラを活用 既存顧客へチラシやDMで案内 	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンクを通じた新規受注 住宅展示場コンテンツ作成受注 * 基準年度は売上計画には入れない。
1年後	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンク内にプロモーションビデオサンプル作成 ドローンフォトバンク（兵庫県の完成） 既存顧客へチラシやDMで案内 新規顧客へチラシやDMで案内 	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンクを通じた受注 平均3件／月の受注（新規取引36件／年） 住宅展示場コンテンツ作成（平均単価：■■万円） 6件／年受注
2年後	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンク（当社大口顧客のいる岡山・和歌山の完成） 既存顧客へチラシやDMで案内 新規顧客へチラシやDMで案内 	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンクを通じた受注 平均3件／月の受注（新規取引36件／年） 住宅展示場コンテンツ作成（平均単価：■■万円） 12件／年受注
3年後	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンク（滋賀県の完成） 既存顧客へチラシやDMで案内 新規顧客へチラシやDMで案内 	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンクを通じた受注 平均3件／月の受注（新規取引36件／年） 住宅展示場コンテンツ作成（平均単価：■■万円） 15件／年受注
4年後	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンク（大阪府の完成） 既存顧客へチラシやDMで案内 新規顧客へチラシやDMで案内 	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンクを通じた受注 平均3件／月の受注（新規取引36件／年） 住宅展示場コンテンツ作成（平均単価：■■万円） 20件／年受注
5年後	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンク（京都府の完成） 既存顧客へチラシやDMで案内 新規顧客へチラシやDMで案内 	<ul style="list-style-type: none"> ドローンフォトバンクを通じた受注 平均3社／月の受注（新規取引36社／年） 住宅展示場コンテンツ作成（平均単価：■■万円） 30件／年受注

《ドローンフォトバンクを通じた受注のイメージ》

1件（5区画）を単位として、平均2%の広告費とすると、250万円であり、その内50%の広告を受注すると仮定した場合、月平均約10万円の売上となる。（前述のサービス内容と価格の項参照）

これをベースに、新規受注3件/月、1年間契約が継続すると仮定すると、1ヶ月当たり30万円の売上となる。

（単位：万円）

顧客	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
1～3件	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
4～6件		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
7～9件			30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
10～12件				30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
13～15件					30	30	30	30	30	30	30	30	30
16～18件						30	30	30	30	30	30	30	30
19～21件							30	30	30	30	30	30	30
22～24件								30	30	30	30	30	30
25～27件									30	30	30	30	30
28～30件										30	30	30	30
31～33件											30	30	30
34～36件												30	30
37～39件													30
合計	30	60	90	120	150	180	210	240	270	300	330	360	390

上表の推移を纏めると、**1年目は2,340万円、2年目以降は4,320万円が継続**する。

（3）新事業売上計画

前述より、新事業の売上計画は下表となる。

（単位：万円）

	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
ドローンフォトバンク	2,340	4,320	4,320	4,320	4,320
VR・プロモーションビデオ（コンテンツ制作）	150	300	375	500	750
合計	2,490	4,620	4,695	4,820	5,070

（4）事業分野別売上計画表

全体の売上計画と新事業比率は下表の通り。

（単位：万円）

		基準年	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
既存事業	チラシ類	7,400	7,000	6,500	6,000	5,800	5,500
	折込・ポスティング	2,850	2,800	2,750	2,700	2,650	2,600
	冊子類	1,500	1,600	1,700	1,800	1,900	2,000
	封筒等	1,400	1,450	1,500	1,550	1,600	1,650
	18-print	1,200	1,300	1,400	1,500	1,600	1,700
	Web	3,500	4,000	4,500	5,000	5,500	6,000
	その他	5,800	6,300	6,800	7,300	7,800	8,300
	小計	23,650	24,450	25,150	25,850	26,850	27,750
新事業	0	2,490	4,620	4,695	4,820	5,070	
合計	23,650	26,940	29,770	30,545	31,670	32,820	
新事業比率（%）		9.2	15.5	15.3	15.2	15.4	

新事業比率は2年後から15%超になる計画である。

(単位：円)

	直近の 決算年度 [3年3月]	補助事業終 了年度 (基準年度) [4年3月]	1年後 [5年3月]	2年後 [6年3月]	3年後 [7年3月]	4年後 [8年3月]	5年後 [9年3月]
① 売上高	231,251,833	236,500,000	269,400,000	297,700,000	305,450,000	316,700,000	328,200,000
② 営業利益	▲5,877,764	▲6,620,000	▲842,000	644,000	1,879,000	2,294,000	4,514,000
③ 経常利益	14,360,371	3,380,000	▲842,000	644,000	1,879,000	2,294,000	4,514,000
④ 人件費	81,773,546	82,775,000	88,902,000	98,241,000	100,798,500	104,511,000	108,306,000
⑤ 減価償却費	4,810,364	6,620,000	6,230,000	5,310,000	4,230,000	4,040,000	2,050,000
付加価値額(②+④+⑤)	80,706,146	82,775,000	94,290,000	104,195,000	106,907,500	110,845,000	114,870,000
伸び率(%)			13.9	25.8	29.1	33.9	38.7
従業員数(任意)	12	12	13	14	14	14	14
従業員一人あたりの付加価値額(任意)	6,725,5126	6,897,917	7,253,077	7,442,500	7,636,250	7,917,500	8,205,000
従業員一人あたりの付加価値額伸び率(%)			5.1	7.8	10.7	14.7	18.9

【算出根拠】

- ①売上高：上記収益計画による。
- ②営業利益：下表による。
- ③経常利益：基準年度は本補助金（1,000万円を雑収入で計上し、営業利益にプラスした。1年後以降は営業外収支はゼロとして計画した。
- ④人件費：過去の売上高に対する人件費率（33～35%）をベースに、人員増（1年後、2年後各1名）も加味し、上記の数値とした。
- ⑤減価償却費：既存設備の減価償却費（予測値）に本補助事業での設備投資の減価償却費（*下記参照）を加味した数字とした。
- *本補助事業での設備投資額の内、ライカカメラ（ 円）、「ドローンフォトバンク」（ 円）をそれぞれ5年均等償却で約2,800,000円/年とした。又、ドローン（2台合計で約50万円）はそれぞれ30万円未満で、基準年度の一括償却として織り込んだ。

≪営業利益算出手順≫

人件費、減価償却費以外の販管費は過去の実績値（売上高の約13%）をベースに計算、又、売上総利益は過去の実績値（売上高の48%）をベースに算出し、営業利益を算出。それらを纏めたのが下表。

	基準年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
売上高	236,500,000	269,400,000	297,700,000	305,450,000	316,700,000	328,200,000
売上総利益	113,520,000	129,312,000	142,896,000	146,616,000	152,016,000	157,536,000
a 人件費	82,775,000	88,902,000	98,241,000	100,798,500	104,511,000	108,306,000
b 減価償却費	6,620,000	6,230,000	5,310,000	4,230,000	4,040,000	2,050,000
c その他販管費	30,745,000	35,022,000	38,701,000	39,708,500	41,171,000	42,666,000
販管費合計 (a+b+c)	120,140,000	130,154,000	142,252,000	144,737,000	149,722,000	153,022,000
営業利益	▲6,620,000	▲842,000	644,000	1,879,000	2,294,000	4,514,000

以上の通り、付加価値額伸び率は年平均7.74%となる計画である。

又、5年間の付加価値額増加合計は1.17億円であり、費用対効果の高い事業である。