

事業計画書

(事業再構築補助金)

BBQ業態転換「商品個包装パッケージ化に伴う受発注および在庫管理システムのIT化事業」

令和3年9月30日
株式会社G - s t y l e

1: 補助事業の具体的取組内容

① 現在の事業の状況、強み・弱み、機会・脅威、事業環境、事業再構築の必要性、事業再構築具体的内容（提供する製品・サービス、導入する設備、工事等）

(現在の事業)

法人向けのケータリング料理提供サービス/ケータリングサービスを利用したパーティースペースおよびBBQスペース運営

(強み)

法人向けのケータリング業界ではトップクラスの年間2万件の実施件数

- ・インターネットを利用した販売促進を行い、オンラインWEB集客システムを内製化
- ・自社だけで集客・製造・サービスまで全工程を一気通貫して運営できる組織力

(弱み)

法人向けのケータリング・パーティースペース事業はコロナ禍では、売上は昨年対比10%以下へ
BBQ事業は、現状のケータリング料理を利用した運営が煩雑で人件費過多に

→ケータリングの対象である法人は1組あたり人数平均30名程度と比較して、BBQは1組あたり人数が6名程度。

BBQは1組あたり人数が少ない割に件数は多く、個別対応が求められるため、運営が煩雑。

(機会)

BBQ事業はコロナ禍でも事業拡大のチャンスあり。

→東京ソラマチタウンにて運営する「スカイツリータウンの庭」など有名なディベロッパーからの出店要請が多数。

(脅威)

新型コロナウイルスそのものが脅威であり、現状は法人向けケータリングサービスおよびパーティースペースは法人の宴会需要が皆無に近く壊滅状態。

→個人向けの事業サービスであるBBQはコロナ禍では唯一の希望であり、この事業を業態転換することで活路を見出します。

(事業環境)

第12期と第13期の比較で新型コロナウイルスの打撃を受けて、ケータリング事業とパーティースペース事業は昨年対比売上で壊滅状態である一方、BBQ事業は席数を減らしたり休業をしたことの影響もある中で、第12期対比売上でも比較的順調に推移しました。コロナ禍では屋外で食事すること自体が対策の一部とみられ、三密にはなりにくいと認めれた結果だと考えています。

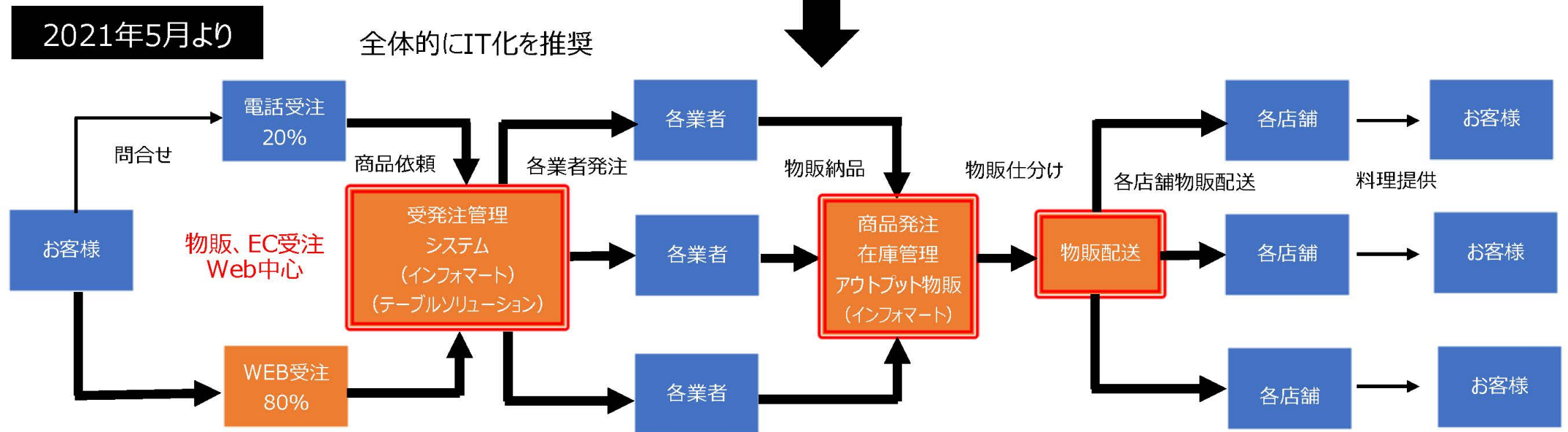
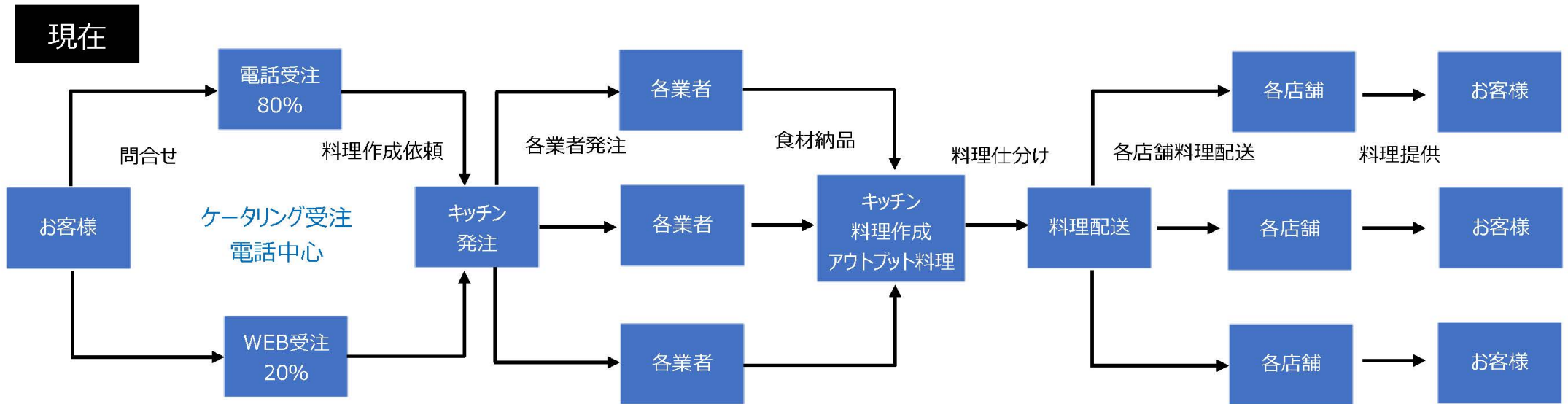
(事業再構築の必要性)

現在の赤字事業を全て廃止、黒字化が唯一可能なBBQ事業を効率化し収益を向上させるため、BBQ事業の業態転換をする必要があります。

ただ前述のようにBBQ事業は、個人向けのサービスであり、1組人数が平均30名程度の法人と異なり1組人数が6名平均で人数が少ない割に件数が多く、個別対応が求められることから、オペレーションマニュアルでは運営が追いつかず、仕組み化ができないため、現状では出店が早まらず、製造オペレーションの改善が不可欠です。**そこで従来の目黒セントラルキッチンで製造した料理を「ケータリング」で店舗へ運ぶビジネスモデルから、全て小分した個包装で製造した「物販商品」への新たなビジネスモデルへの業態転換の必要性を感じております。**

次のページで業態転換に伴う各変遷を説明します。

業態転換に伴う体制と仕組みの変遷



【受注】電話中心→Web中心

【発注管理】キッチン→受発注システム

【配送】料理→物流（個包装商品）

(事業再構築の具体的な内容(提供する製品・サービス、導入する設備、工事等))**● 提供する製品 (商品) ・サービス**

商品は1~2名分の個包装パッケージ化し、商品シールを貼り消費期限・原材料 (中身) ・アレルギーを記載し安全性が担保された状態で提供します。お客様に調理マニュアルをお渡し、どなたでもセルフクッキングが可能な状態とすることで楽しいBBQ体験がスタートします。

都会でもゆっくりくつろぎながら料理やドリンクを堪能し、アウトドアが楽しめるサービスとなります。

● 導入する設備・工事等**(設備)****①物販事業への変更に伴うセルフクッキングができるようにテーブル広くする**

→施設側よりテーブルおよび人工芝設置を新たに設置するように指示を受ける

→テーブル/椅子/サイドテーブル/人口芝

②全店舗に雨避けと室内テントスペースを設置

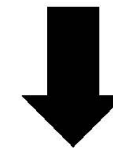
→ケータリングと異なりセルフクッキングに時間がかかるため雨・風・寒さ対策が重要

→グランピングテント追加/ステラ (雨避け) /パラソル

③調理用のコンロ・クッキング用の調理器具を揃える

→従来は焼き台のみ用意が必要であったがセルフクッキングに伴い調理コンロを増やす必要

→調理コンロ/各種調理器具

ケータリング商品**個包装商品**

④商品保管庫を施設内に設ける

- ケータリングから商品物流変更に伴う商品保管スペース確保が必要
 - 建屋・シンク・コールドテーブル・冷蔵庫・冷凍庫など商品保管スペースを確保
 - 商品ストック用冷蔵・冷凍庫の移設費用

⑤WEB受注体制の再構築

- ケータリング受注体制（主に電話中心）からEC受注体制（主にWEB中心）の体制変更に伴う費用
- テーブルチェック導入（自社WEBサイトの予約管理システム）/レスラク（他社ポータルサイト「グルナビ、ホットペッパー等」の広告媒体用予約管理システム）導入
- チャット ボット(WEB受注システム) 導入

⑥商品写真撮影とパンフレット作成

- 全商品撮影費用/パンフレット/販促物作成費用

⑦発注体制の見直し

- インフォート（商品発注および在庫管理システム）導入費用

⑧自社キッチンでの非製造化に伴う移行費用

- キッチン設備移行費用
- 真空パック機械購入費用

(工事)

- 排水工事（ソラマチエリアドームガーデン）
- 既存事業解約に伴う什器備品の移設撤去工事

経費明細表

経費区分	(A)事業に要する経費 (税込みの額)	(B)補助対象経費 (税抜きの額)	(C) 補助金交付申請 額 (B) ×補助率以内 (D) 補助率 3 / 4	(E) 積算基礎 (A) の内訳	数量
建物費				BBQ会場修繕代	1
建物費				BBQテント、パラソル代	4
建物費				既存事業撤去費	4
機械装置・システム構築費				BBQ調理用コンロ・クッキング用の調理器具	1
クラウドサービス利用費				web受注システム費	6
クラウドサービス利用費				web受発注システム導入費	1
広告宣伝・販売促進費				web広告費	7
広告宣伝・販売促進費				ポスター制作費	1
広告宣伝・販売促進費				現地広告費	3
広告宣伝・販売促進費				商品撮影費	2
外注費				ホームページ制作費	3
外注費				飲食コンサルティング費	3
専門家経費				ITコンサルティング費	3
合計					39

②応募申請する枠 緊急事態宣言特別枠/業態転換

要件		要件を満たす考え方
(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	BBQ事業の物販事業化、すなわち調理済み個包装パッケージは、過去に利用した実績はありません。
	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	BBQ事業の調理済み個包装パッケージを導入するにあたり、既存の自社製造を極力排除し外注化を行い、そのために新たに発注システムや在庫管理システムが必要となる。
	③定量的に性能又は効能が異なること	新たに導入した提供方法により、1回あたりの提供コストが総売上高対比で8.3%下回る試算をしております。 ※1、次のページ定量的に性能又は効能が異なることの詳細を参照
(2)商品等の新規性要件	①過去に製造等していた実績がないこと	過去に今回のBBQ商品ラインナップを提供した実績はありません。
	②主要な設備を変更すること	現場での提供オペレーションが「セルフクッキング」へ変更により新たなグリル/調理場の確保/芝生の増設などが必要です。
	③定量的に性能又は効能が異なること	ケータリングと物販では、商品現場における商品保存期間・方法、お客様への提供方法が異なります。 →商品の保存が長期（180日以上）で可能となることで、現場での冷凍・冷凍在庫が可能となる 新たにストックするスペースや冷蔵庫・冷凍庫の完備が各店舗に求められる →ケータリングでは常温15度で提供していたが、物販では解凍して冷蔵したものを冷蔵庫で保管し、当日冷蔵庫からとりだし5度で提供する。
(3)設備撤去等要件	新たな方法で提供される商品又はサービスが新規性を有するもの又は既存設備の撤去や既存店舗の縮小等を伴うものであること	→デパート地下でお弁当などを販売する催事事業の撤退に伴う設備を利用し冷蔵庫/冷凍庫などの設備を流用。 →ケータリング受注体制（主に有人の電話中心）から省人化を目的としたEC受注体制（主にWEB中心）の体制への変更 →発注は外注業者への発注が多くなり、個別商品の発注に伴う在庫管理も必要なため、IT化を目的としてインフォーマット（商品発注および在庫管理システム）の導入
(4)売上高構成比要件	3～5年間の事業計画期間終了後、新たな製造方法等による売上高が、総売上高の10%以上を占める計画を策定すること	→5年間の事業計画期間終了時点において、BBQ事業の物販事業化により売上高は総売上高の10%以上となる見込みです。 （現状は0%だが、5月以降の店舗オープンに伴い総売上高の約60%を締める予定。3年後はBBQ事業の主流となる。） ※2、次のページ売上高構成比要件を参照

※1、定量的に性能又は効能が異なることの詳細
 ケータリングBBQ事業と物販BBQ事業のコストの差を示す表(月総売上1000万円の店舗の場合)

	フード原価		受注人件費		製造人件費		洗い物人件費		消耗品		梱包作業人件費		合計	
ケータリングBBQ事業(現状)	¥890,000	8.9%	¥250,000	2.5%	¥450,000	4.5%	¥110,000	1.1%	¥300,000	3.0%	¥0	0%	¥2,000,000	20.0%
物販BBQ事業(新規)	¥860,000	8.6%	¥220,000	2.2%	¥0	0.0%	¥40,000	0.4%	¥20,000	0.2%	¥30,000	0.3%	¥1,170,000	11.7%
差異	¥-30,000	-0.3%	¥-30,000	-0.3%	¥-450,000	-4.5%	¥-70,000	-0.7%	¥-280,000	-2.8%	¥30,000	0.3%	¥-830,000	-8.3%

※2、売上高構成比要件

	直近の 決算年度	補助事業 終了年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
年度	2021年2月	2022年2月	2023年2月	2024年2月	2025年2月	2026年2月	2027年2月
決算期	13期	14期	15期	16期	17期	18期	19期
新たな売上と総売上対比		59.4%	73.8%	77.6%	80.4%	82.6%	84.4%
総売上高							
新規BBQ事業							
既存BBQ事業							
その他事業							

③補助事業を行うことによる他社・既存事業と差別化・競争力強化の実現方法と実施体制
 (他社・既存事業との差別化・競争力強化)

(他社・既存事業との差別化・競争力強化)

他社は5～6名の個包装パッケージが主流だが、弊社は1～2名の個包装化でも製造委託先との協議により無理のない価格を設定し利益配分を行なっています。

お互いの粗利が確保できる無理のない原価設定を行なっても、以前よりも原価は下がる結果となる予定です。

また既存事業との比較で言えば、外部リソースである地域の製造委託先を利用することで、それぞれの得意分野を生かして新しい事業を生み出すことにもなると思われます。例えば食肉に関して言えば、すぐ隣にあるオザワミートという会社に1人前ポーションのカルビを個包装化を依頼し快く受け入れてもらえました。

飲食関連の卸業者や製造業者も同じくコロナ禍における被害者的な立ち位置であり、非常に苦しい経営に迫られています。地域の飲食関連事業者にも製造委託先となってもらうことで、地域社会の貢献ができるものと考えております。

(実現方法と実現体制)

● 外部リソースである地域の製造委託先を利用することで自社製造をせず全て外部に製造委託をしていきます。

★ 主な製造委託業者

弊社の隣にある食肉加工の会社で主にBBQの肉の商材の個包装パッケージを依頼。食肉を全て1人前ポーションで作成していただきました。

食品製造工場を複数パイプを持ち、カレーやビーフシチュー、ハンバーグなどの加工を手作りで再現して頂けます。食品PBを専門で扱う仲介の会社です。

調味料や乾物を特に扱う事業者で、塩・タレ・油などの個包装化に加え、ガーリックライス、じゃがバターなどの本来個包装化が難しい商品も全て個包装にさせていただきました。

● 以前のケータリングと異なり、冷凍保存が可能であり大量生産が可能

→ケータリングは料理製造であり、1日しか期限がないため大量生産ができませんが、冷凍保存が可能となり閑散期に製造したものを繁忙期に利用可能です。

製造委託先にとっても閑散期に大量に製造することは大きなメリットであると考えています。

2: 将来の展望(事業化に向けて想定している市場および期待される効果)

①ユーザーマーケット及び市場規模について、その成果の価格的・性能的な優位性・収益性や課題とリスクとその解決方法

(ユーザー・マーケット及び市場規模)

手ぶらでBBQ会場に向かい、店舗でBBQ商品を購入することが一般的なBBQ店舗のスタイルとして普及。BBQ市場は数年前と比較して拡大中。サラリーマンをターゲットとした屋上ビアガーデンにとって代わるように、デパートや商業施設でのBBQはファミリー・女性をも取り込んで需要が拡大。アウトドアやセルフクッキングでの需要も高まり、コロナ禍での三密回避と相まって市場は今後もさらに広がりを見せる。

(価値的・性能的な優位性・収益性)

全て調理済みの個包装パッケージの商品で提供する同業他社は少数。

→従来、多くの食品製造企業が1~2名単位での個包装化を作ることはコストが合わず実施されないのが通常です。

その点我々はケータリングで培った商品開発能力でレシピを作り製造委託先に共有し、1~2名単位の個包装化でも利益が出る仕組みへ。ケータリングで提供してきた商品の質を損なうことなく、同一レベルで個包装化を実現。

→ダッチオーブンを利用したビーフシチューやカレーなど、他社が真似できないレベルで個包装化して再現できたため、商品の優位性は変わらないと感じております。商品の優位性はそのままに、そして製造オペレーションを簡易化したことで製造コストが下がるため、さらに強みが増すと確信しております。

既存事業とのシナジー効果が高い

→ケータリング事業にとっても今回の個包装化により製造方法を変えることで良い効果が生まれ、同一の方法で収益効率が上がります。BBQ事業は同じレベルの商品を使うことになるので、より効率的な運営が実現できることは前述の通りです。また、今回の個包装化した商品はケータリングでも使用できます。すなわち**既存ケータリング事業と個包パッケージ化とのシナジー効果は高い**と考えています。

課題やリスクとその解決法

課題は、これまでのケータリングにおける自社製造時、目黒セントラルキッチンで全て受発注および在庫管理ができていた状況と異なり、今回の「物販」ビジネスモデルでは各店舗で冷凍庫/冷蔵庫で保管する場所をしっかりと作り、商品在庫の管理を今まで以上に各店舗で行う必要があることです。リスクはやはり当日の在庫が足りなくなったり、保管方法を間違えて衛生的に問題が生じることです。解決方法は、保健所の指示に従いしっかりと対応するようにすることと、インフォマート（商品発注および在庫管理システム）を利用し在庫管理を行う専任担当を作ることです。そこで、受注・発注・在庫管理を全て「IT化」し管理を徹底するため、新たに「商品発注在庫管理部」を立ち上げ、専任の人材配置をして組織を強化する予定です。

② 成果の事業化見込みについて、目標となる時期・売上規模・量産化時の製品等の価格

成果として形に現れ業態転換に成功するタイミングは、今年度中を考えております。
売上規模は、毎年自社において1店舗ずつ着実に増やし、FCでも店舗の多店舗展開を考えています。

★新規BBQ売上目標推移

直近の 決算年度	補助事業 終了年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
2021年2月	2022年2月	2023年2月	2024年2月	2025年2月	2026年2月	2027年2月
13期	14期	15期	16期	17期	18期	19期

既存BBQ会場

2018年4月オープン QuOlaの庭



東京都武蔵野市境1-1-7
QuOla屋上
0422-56-8313
<http://quola-bbq.com>

2019年8月オープン 東京スカイツリータウン®の庭



東京都墨田区押上1-1-2
東京スカイツリータウン 5F
03-6303-0059
<https://skytreetown-glamping-bbq.com>

2020年3月オープン PREMIERE YOKOHAMAの庭



神奈川県横浜市都筑区
中川中央1-30-1 7F
03-6303-0059
<https://premiere-yokohama-bbq.com>

3: 本事業で取得する主な資産

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。)
BBQテント、パラソル	99 分類不能商品		東京スカイツリータウンの庭 ドームガーデン

4: 収益計画

① 本事業の実施体制、スケジュール、資金調達計画等

(実地体制)

実地体制組織

現在

正社員38名
アルバイト5名
計43名

代表取締役

管理部
3名

販促
3名

キッチン
9名

受注
5名

BBQ店舗運営
10名

催事事業部
9名

ケータリング配送
4名

省人化

新事業部

5年後

正社員43名
アルバイト20名
計63名

代表取締役

管理部
2名

IT推進部
1名

各部署にIT化を推進し管理する
システム変更やインフラ整える

販促
2名

キッチン
8名

受注
4名

BBQ店舗運営
正社員20名、アルバイト20名

物流部
2名

商品発注在庫管理部
2名

販促人材2名内製化
販促外注 (パンフレット・
WEB制作/カメラマン)

商品製造外注になる
ため省人化

物販EC人材へ配置替え/
テーブルソリューション導入
(自社WEB用の予約管理システム)
レスラク (他社の広告媒体用の予
約管理システム) 導入/チャット
ボット (WEB受注システム) 導入

商品変更に伴う現場提
供パッケージ変更/Airレジ
導入による商品在庫管
理/期限アレルゲンなどの
パッケージシール導入によ
る商品リスク管理

自社社員2名担当
体制/外注業者によ
る物流体制の構築

インフォマート導入
(商品発注および
在庫管理システム)
による在庫発注管理

(スケジュール)

	2020年2月							3月							4月							5月							2021年3月頃							2021年4月頃						
	1	5	10	15	20	25	28	1	5	10	15	20	25	30	1	5	10	15	20	25	30	1	5	10	15	20	25	30	1	5	10	15	20	25	30	1	5	10	15	20	25	30
商品開発体制	商品開発		メニュー決定				商品初期発注																																			
								メニューレシピ作成																																		
販促PR体制								商品撮影		WEB制作					プレスリリース														WEB制作		プレスリリース											
								パンフレット制作																					パンフレット制作													
受注体制															受注予約受付スタート																					受注予約受付スタート						
															テーブルソリューション・チャットボット導入							レストラン導入																				
発注在庫管理体制	商品発注在庫管理チーム立ち上げ																					インフォーマット導入																				
物流体制															新物流体制 社員2名チーム立ち上げ																											
発注在庫管理体制								現場提供パッケージ変更		オペレーションマニュアル作成																																
								オペレーション研修		Airレジ導入																																
IT推進体制															IT導入、運営、組織体制作り																											
経理・財務体制															認定機関による経理財務等の確認																											
店舗オープン															4月6日 東京スカッリートウンの庭ドームガーデンオープン																											
															4月1日 BBQ SKY TERRACE 沼津ラウン店オープン																											

全店舗OPEN予定スケジュール★4月オープン

2021年春ごろオープン予定 (変更)

- 商品開発体制 メニュー決定2月15日/商品初期発注3月1日/メニューレシピ作成3月1日～3月20日
- 販促PR体制 商品撮影2月17日・18日/パンフレット制作2月22日～3月15日/WEB制作2月22日～3月19日/プレスリリース4月1日
- 受注体制 受注予約受付スタート4月20日/テーブルソリューション・チャットボット4月15日導入/レストラン5月10日導入
- 発注在庫管理体制 「商品発注在庫管理チーム」立ち上げ3月1日～/インフォーマット導入5月1日実施スタート
- 物流体制 新物流体制4月1日～社員2名チーム
- 現場体制 現場提供パッケージ変更3月1日～3月19日/オペレーションマニュアル3月25日/オペレーション研修3月8日・3月17日/Airレジ導入4月1日～
- IT推進体制 IT導入、運営、組織体制作り 3～5月
- 経理・財務体制 認定機関による経理財務等の確認3～5月

(資金調達計画)



(収益計画書)

	直近の決算年度	補助事業終了年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
	[2021年 2月]	[2022年 2月]	[2023年 2月]	[2024年 2月]	[2025年 2月]	[2026年 2月]	[2027年 2月]
① 売上高	[Redacted]						
② 営業利益	[Redacted]						
③ 経常利益	[Redacted]						
④ 人件費	[Redacted]						
⑤ 減価償却費	[Redacted]						
付加価値額(②+④+⑤)	[Redacted]						
伸び率 (%)			7.2%	14.4%	21.8%	29.2%	36.8%
従業員数 (任意)	[Redacted]						
従業員一人あたりの付加価値額 (任意)	[Redacted]						
従業員一人あたりの付加価値額伸び率 (%)	[Redacted]						

■ 算出根拠

- ①売上高：新規BBQ会場オープンは1年で1店舗出店、新規出店1店舗の売上は年間 [Redacted] で算出
- ②営業利益：売上の2%から毎年0.1%増やして算出
- ③経常利益：営業利益を同じ数値として算出
- ④人件費：毎年、正社員1名、アルバイト3名ずつ採用予定。正社員1名 [Redacted] アルバイト [Redacted] で算出
- ⑤減価償却費：毎年1店舗出店時に資産計上額 [Redacted]