



**令和3年度新分野進出・事業転換支援費補助金  
活用イメージ集  
(石川県)**

# 「新分野進出」と「事業転換」の定義・要件

◆ 「新分野進出」と「事業転換」の定義・要件は以下のとおりとする予定です。

類型	定義	要件
新分野進出	① <u>新たな製品、商品、もしくはサービスで新たな市場に進出すること</u> 、又は、② <u>製品、商品もしくはサービスの製造方法又は提供方法を抜本的に変更し、ビジネスモデルを転換すること</u> をいいます。	✓ 過去に製造等した実績がないこと ✓ ターゲットとする顧客・市場が異なること
事業転換	<u>主たる事業を変更</u> （日本標準産業分類の産業分類（細分類以上）が変更）することをいいます。	✓ 過去に同じ方法で製造等していた実績がないこと

※いずれの類型も売上減少要件はありません。



あくまで現時点での予定であり、今後、定義・要件を追加変更する可能性があります。  
詳細は、今後公開する公募要領をご確認ください。

# 補助対象事業と補助対象経費その1

## ◆ 新規事業への進出や事業転換を行うために必要な経費を補助対象とします。

- 新商品、新サービス等の開発
- 新商品製造、新サービス提供等に要する施設・設備の整備 等

### 1. 補助対象経費の例

※ただし、本事業の対象として明確に区分できるものである必要があります。

- 建物改修費（建物の撤去、賃貸物件等の原状回復は除く）
- 機械装置・システム構築費（設備、専用ソフトの購入やリース等）
- クラウドサービス利用費
- 新商品・新サービス等開発費（試作費、外注費） 等

# 補助対象事業と補助対象経費その2

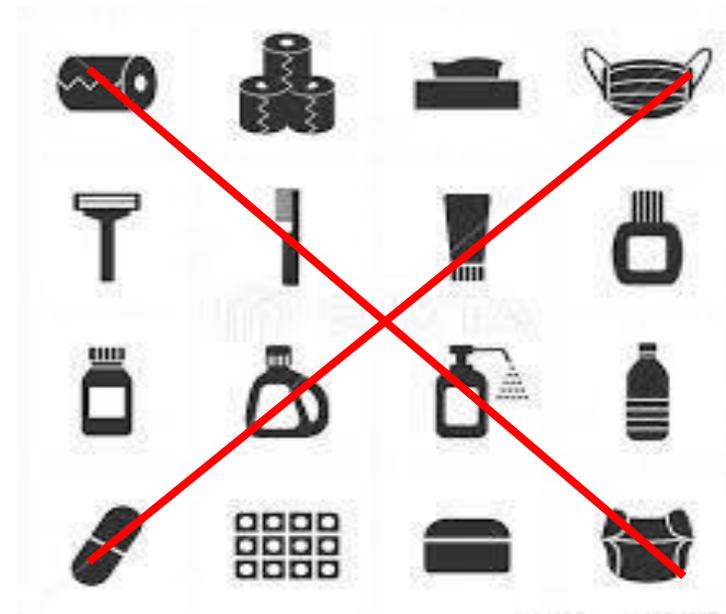
## 2. 補助対象外経費の例

- 人件費、旅費
- 車両購入費（例えば、キッチンカー等への改造費や搭載設備費は除く）
- 単なる汎用品購入費（パソコン、スマートフォン、タブレット等）
- 販売商品の原材料費
- 消耗品費
- 広報費（単なるホームページ制作費）
- 販路開拓費
- 専門家経費 等

### 補助対象外



単なる汎用品の購入



消耗品類

# 活用イメージ集の説明

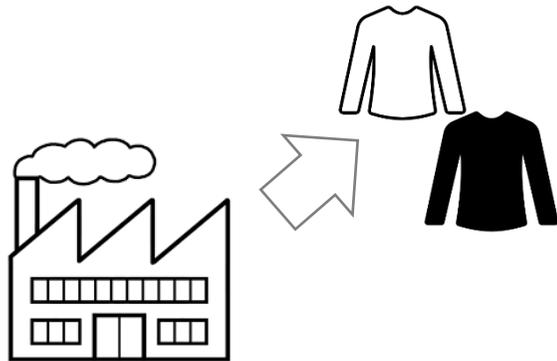
- ✓ 次ページ以降に、本補助金を活用した新分野進出や事業転換の取組イメージをお示しますが、あくまで補助対象となり得る取組の例示であり、採択を保証するものではありません。
- ✓ 申請いただいた案件の中から、厳正な審査の上、予算の範囲内でより優れた取り組みを採択します。今後公開する公募要領に記載されている審査項目や注意事項をよく確認の上、事業計画を策定してください。
- ✓ 事業計画の策定にあたっては、商工会・商工会議所等の支援機関や金融機関にご相談されることをお勧めします。  
(支援機関等と一体となって取り組むことで、実効性が高まります。)
- ✓ 新たに進出する分野、事業、業種に許認可や資格、届出等が必要な場合があります。適宜、支援機関や専門家等にご相談いただき、手続きに漏れがないよう十分ご注意ください。

# 新分野進出の事例その1

製造業

コロナ前

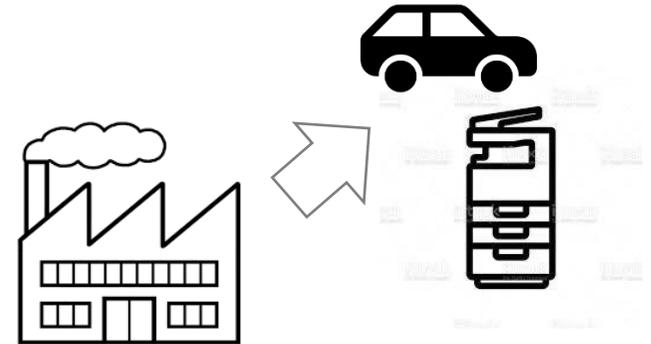
衣料向け織物を製造していたところ、  
コロナの影響で需要が減少



新分野進出

コロナ後

衣料用織物に偏った事業内容を見直し、  
産業資材向け織物製造の事業を新規に  
立ち上げ



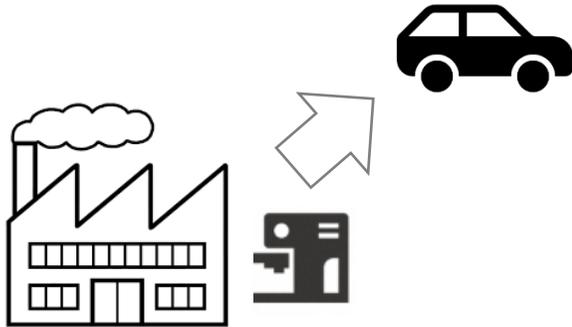
補助対象経費の例：設備費、新商品開発費 等

# 新分野進出の事例その2

製造業

コロナ前

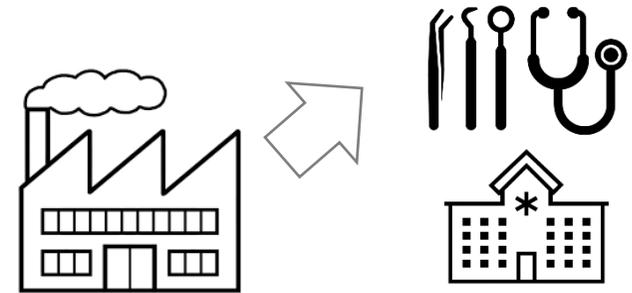
自動車部品を製造していたところ、  
コロナの影響で需要が減少



新分野進出

コロナ後

これまでの技術を応用し、新たな需要の  
拡大が見込まれる医療分野向け製品の  
製造を開始



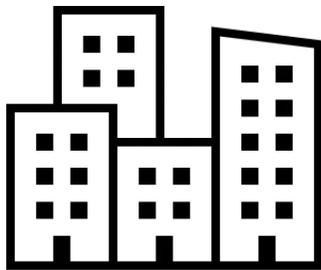
補助対象経費の例：設備費、新商品開発費 等

# 新分野進出の事例その3

## 宿泊業

コロナ前

宿泊施設を営んでいた事業者が、  
コロナの影響により収入が減少



新分野進出

コロナ後

コロナ禍でのキャンプ需要を受けて、新たに  
グランピング施設（上質なキャンプ場）を  
整備し、事業を多角化



補助対象経費の例：施設整備費 等

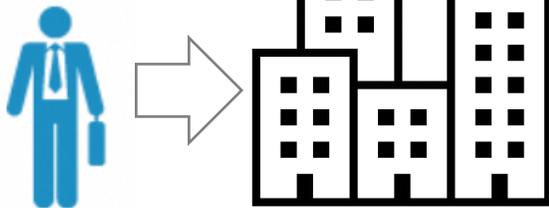
# 新分野進出の事例その4

## 宿泊業

コロナ前

旅館を営んでいたが、コロナの影響により出張や旅行の機会が減少したことで利用客が激減

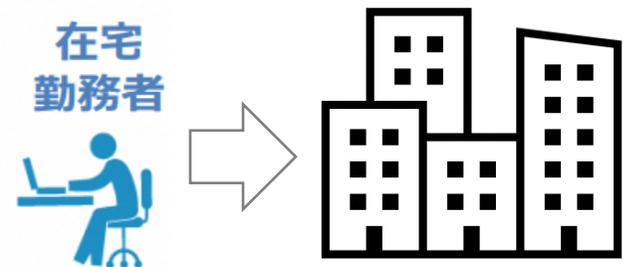
宿泊客



コロナ後

旅館客室をテレワークルームやコワーキングスペースに改修し、新たに運営を開始

在宅勤務者



新分野進出

補助対象経費の例：施設改修費 等

# 新分野進出の事例その5

## 小売業

コロナ前

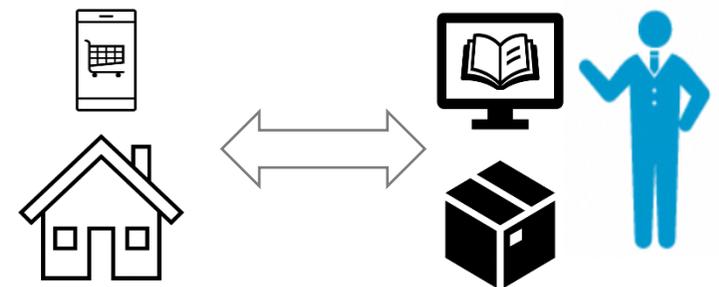
アパレルショップを経営していたところ、  
コロナの影響で実店舗での売上が減少



新分野進出

コロナ後

ECサイトや注文管理システムを構築し、  
新たに衣料品のネット販売やレンタル  
サービス事業に業態を転換



補助対象経費の例：ECサイト、注文管理システム構築費 等

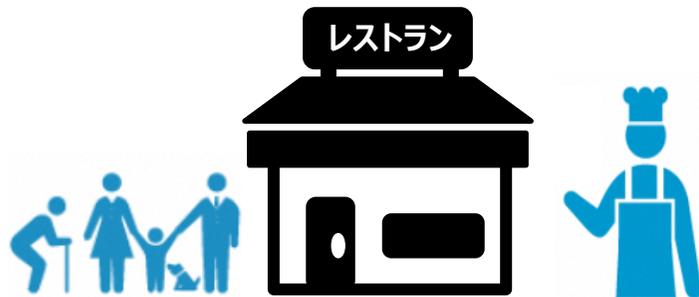
※全国に多店舗展開しているアパレルショップが、県外の本社・本部の指揮命令下で  
取り組む場合は補助対象外になりますので、ご注意ください。

# 新分野進出の事例その6

## 飲食業

コロナ前

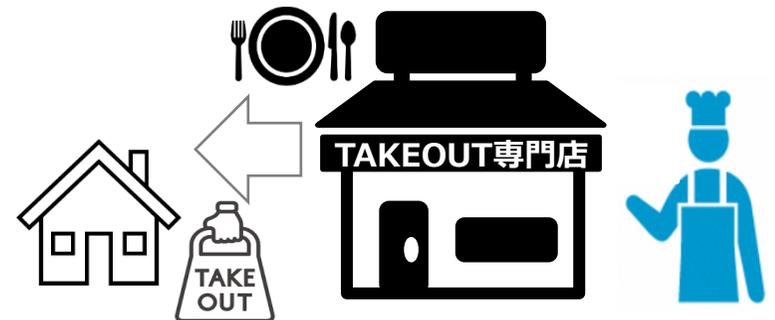
レストランを経営していたところ、  
コロナによる外出自粛の影響で  
店内飲食の売上が激減



新分野進出

コロナ後

コロナ禍のテイクアウト需要を受けて、  
テイクアウト専門店（メニューもテイク  
アウト向けに改変）に業態を転換



補助対象経費の例：店舗改修費 等

※店内サービスと並行した単純なテイクアウト方式の採用は  
補助対象外になりますので、ご注意ください。

# 新分野進出の事例その7

## 飲食業

### コロナ前

複数店舗の飲食店を経営していたところ、コロナの影響で、いずれの店舗も利用客が激減



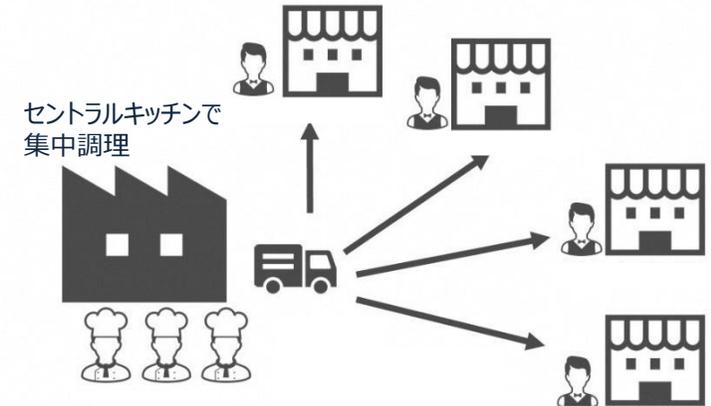
各店舗で調理、仕上げ、盛り付け、配膳



### 新分野進出

### コロナ後

複数店舗での調理を見直し、集中仕入れ、セントラルキッチン方式に業態を転換



各店舗で仕上げ、盛り付け、配膳

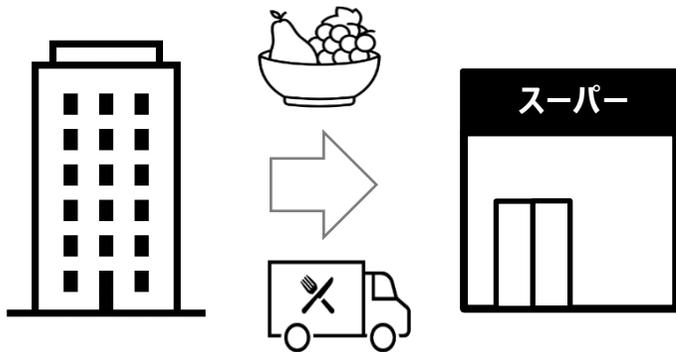
補助対象経費の例：施設改修費、新商品開発費 等

# 新分野進出の事例その8

## 卸売業

コロナ前

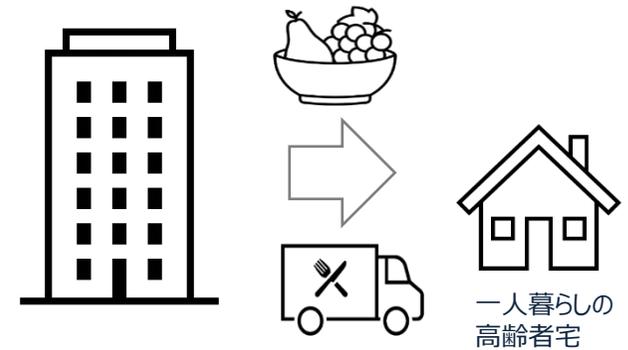
生鮮食品の卸売事業を営んでいたが、  
コロナの影響で売上が減少



新分野進出

コロナ後

コロナの巣ごもり需要を狙い、新たに  
消費者（高齢者）に生鮮食品を  
宅配する事業を開始



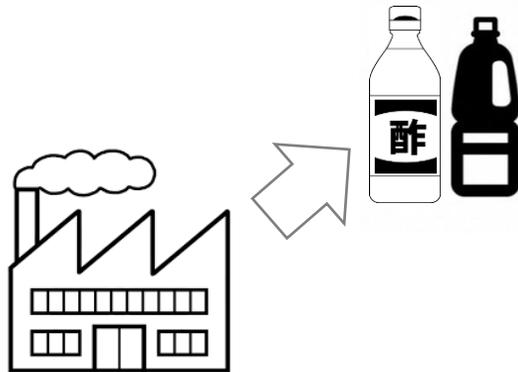
補助対象経費の例：施設改修費、新商品開発費 等

# 事業転換の事例その1

製造業

コロナ前

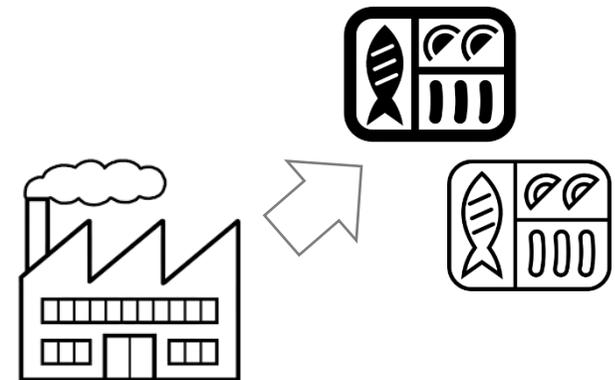
調味料の製造販売事業者が、  
コロナの影響で売上が減少



事業転換

コロナ後

これまでのノウハウを活かし、無添加の  
水産加工品の製造販売事業へ転換



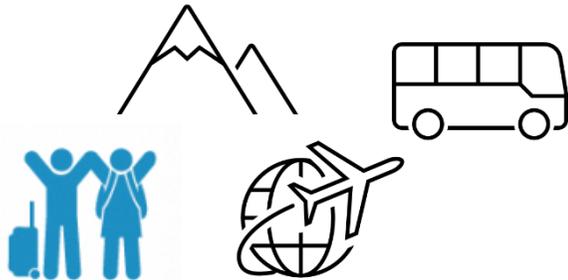
補助対象経費の例：設備費、新商品開発費 等

# 事業転換の事例その2

旅行業

コロナ前

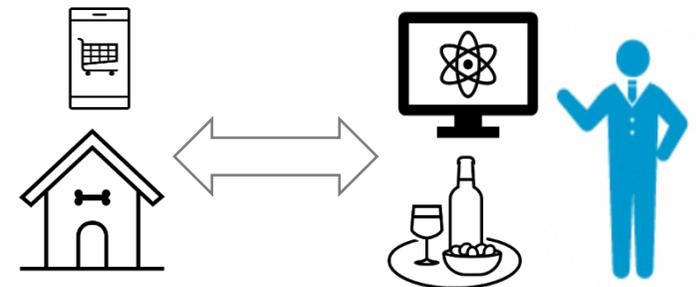
富裕層向け旅行ツアー事業を営んでいたが、コロナの影響で売上が激減



事業転換

コロナ後

本業のノウハウや、これまでの事業での繋がりを活かし、高級食材のオンライン通販を開始



補助対象経費の例：オンライン通販サイト構築費 等

# 事業転換の事例その3

## 運輸業

コロナ前

トラックによる輸送業を営んでいたが、  
コロナの影響による食材等の需要の  
減退で輸送量が減少

事業転換

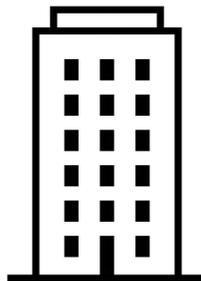
コロナ後

これまでの事業で生産者と繋がりが  
あった食材を用いたメニューを共同で  
開発し、飲食店を開業

生産者



店舗



飲食店



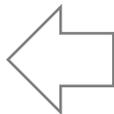
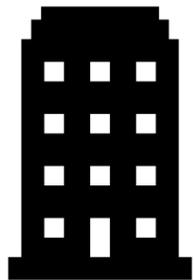
補助対象経費の例：施設改修費、新商品開発費 等

# 事業転換の事例その4

建設業

コロナ前

事業施設向けの建設業を営んでいたが、コロナの影響で売上が減少

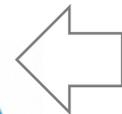
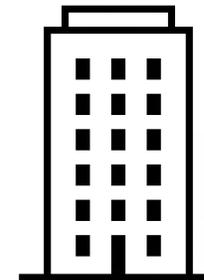


建設業

事業転換

コロナ後

今後需要が見込める介護サービス事業に参入



介護サービス事業に参入

補助対象経費の例：施設改修費 等

# 補助対象外の事例その1

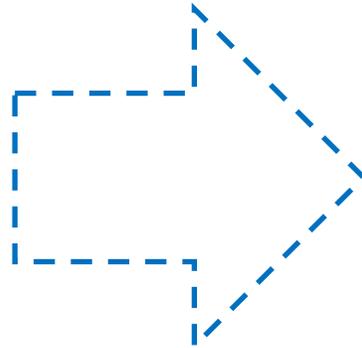
飲食業



以下は、補助対象外の事例ですので、ご注意ください。

コロナ前

飲食店を経営していたが、コロナによる外出自粛の影響で店内飲食の売上が激減



コロナ後

店内飲食の減収補填のため、店内サービスと並行して、テイクアウト事業を開始

（既存メニューをテイクアウト容器に入れて販売、売上構成比は僅か）

**補助対象外の理由**：あくまで主力は店内サービスであり、飲食の提供方法の抜本的な変更（主力となる提供方法の変更）とはいえないため、新分野進出の要件を満たさない。  
また、主たる事業（飲食店）の変更はないことから、事業転換の要件も満たさない。

## 補助対象外の事例その2

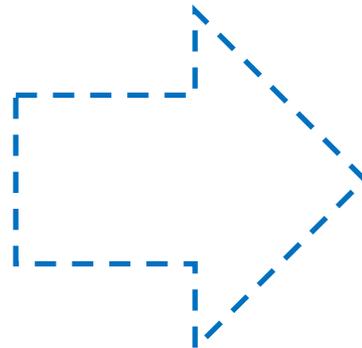
サービス業



以下は、補助対象外の事例ですので、ご注意ください。

コロナ前

室内で対面型のレッスン（教室）  
を行っていたが、コロナの影響で  
利用者が減少



コロナ後

室内での密を回避するため、新たにオンライン形式でのサービスを開始

**補助対象外の理由**：対面サービスからオンラインサービスへの転換は、サービスの提供方法の抜本的な変更  
とはいえないため、新分野進出の要件を満たさない。  
また、主たる事業（レッスン）の変更はないことから、事業転換の要件も満たさない。

# 補助対象外の事例その3

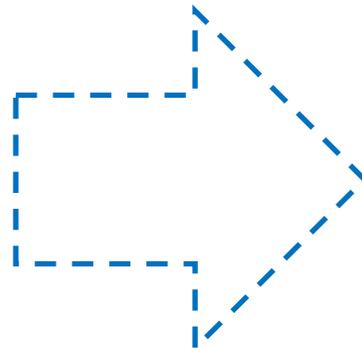
製造業



以下は、補助対象外の事例ですので、ご注意ください。

コロナ前

自社製品の強みをアピールする  
ツールがなく、新規顧客の獲得が  
できていない



コロナ後

自社ホームページを制作し、自社の事業  
内容（製品の強み等）をP R

**補助対象外の理由**： E C など特別な機能を付加しない、単なる既存事業（製品、商品）をP Rするための  
自社ホームページの制作は、新たな市場への進出やビジネスモデルの転換とはいえない。

## 最後に…

経営基盤の強化に向けて、新規事業への進出や事業転換  
などに果敢に挑戦し、コロナ時代を乗り越えようとする前向きな  
中小企業等の皆様からの応募をお待ちしています！