

# 事業再構築に向けた 事業計画書作成ガイドブック

令和5年6月16日

# 目次

<b>0</b>	本資料の目的	 P 2 ~ 5
<b>1</b>	事業再構築の必要性確認	 P 6 ~ 9
<b>2</b>	有望な事業テーマの選定	 P 10 ~ 17
<b>3</b>	事業計画の具体化	 P 18 ~ 32
<b>参考) a</b>	事業テーマの傾向分析結果	 P 33 ~ 97
<b>b</b>	業種別の事例紹介	 P 98 ~ 109
<b>c</b>	重要トピックの傾向分析結果	 P 110 ~ 118
<b>d</b>	アクションに繋げるためのツール類	 P 119 ~ 126
<b>e</b>	事業再構築に関する参考情報	 P 127 ~ 128

# | 0. 本資料の目的

# 本資料の目的

本資料では、事業再構築補助金への申請を検討されている中小・中堅企業を対象に、**事業再構築に向けた事業検討の考え方**をお伝えします

"事業再構築" を自社で考えるには、「考えるハードルが高い」、「どうすれば良い事業計画を作れるのか分からない」という声をお聞きします。しかし、事業再構築に必要なことは、シンプルです。ポストコロナ・ウィズコロナ時代の環境変化を受けて、「**自社の強みを活かして、どのような新しい価値を生み出せるか**」、日々の事業を通じて感じていることを見つめ直して言葉にすることです

今回、事業検討の考え方をまとめるに際して、これまでの公募を通じて蓄積されたビッグデータ<sup>1)</sup>の傾向分析を行い、**有望な事業再構築に共通する特徴**を盛り込みました。「自社に当てはめて考えるとどうなるか?」、事業検討の一助として活用頂ければと思います

※本ガイドブックは補助金採択のためのガイドブックではなく、事業再構築の考え方をお伝えするものであり、本ガイドブックに沿った計画書を作成することによって採択を保証するものではありません。データ分析等の過去の傾向を参考にしつつ、直近の市場動向・自社の強みを分析した上で、自社としてのより良い事業計画策定にご活用ください。

# 本資料の全体像

- 「事業再構築の必要性確認」、「有望な事業テーマの選定」、「事業計画の具体化」、の3部構成

## ① 事業再構築の 必要性確認

なぜ事業再構築が必要なのか  
腹落ちして考えられる

- ① ありがたい姿の言語化

## ② 有望な事業テーマ の選定

自社にとって有望な事業テーマの  
選定方法がわかる

- ① 市場/競合/顧客の調査
- ② 自社の強み/弱みの分析
- ③ 事業テーマの幅出し/評価・選定

### a 事業テーマの傾向分析結果

## ③ 事業計画の具体化

事業検討において具体的に  
考えるべき項目と粒度感がわかる

- ① 事業再構築の方針決定
- ② 新製品/サービスと実現する強み
- ③ 目標設定と投資対効果の検証
- ④ 実行可能な計画の策定

### b 業種別の事例紹介

### c 重要トピックの傾向分析結果

### d アクションに繋げるためのツール類

### e 事業再構築に関する参考情報

# ビッグデータの傾向分析結果を活用

- 数万件の事業計画書データをAIで分析し、「有望な事業テーマの選定」と「事業計画の具体化」に関して、事業再構築で意識して頂きたいことを抽出



数万件の  
事業計画書データ



AIによる分析



事業再構築で  
意識して頂きたいこと

# 1. 事業再構築の必要性確認

# ① ありたい姿の言語化 (1/3)

- 新型コロナウイルスの影響を受けて、事業を行う環境が大きく変化
- そのような変化の中、自社のありたい姿を改めて見つめ直す必要

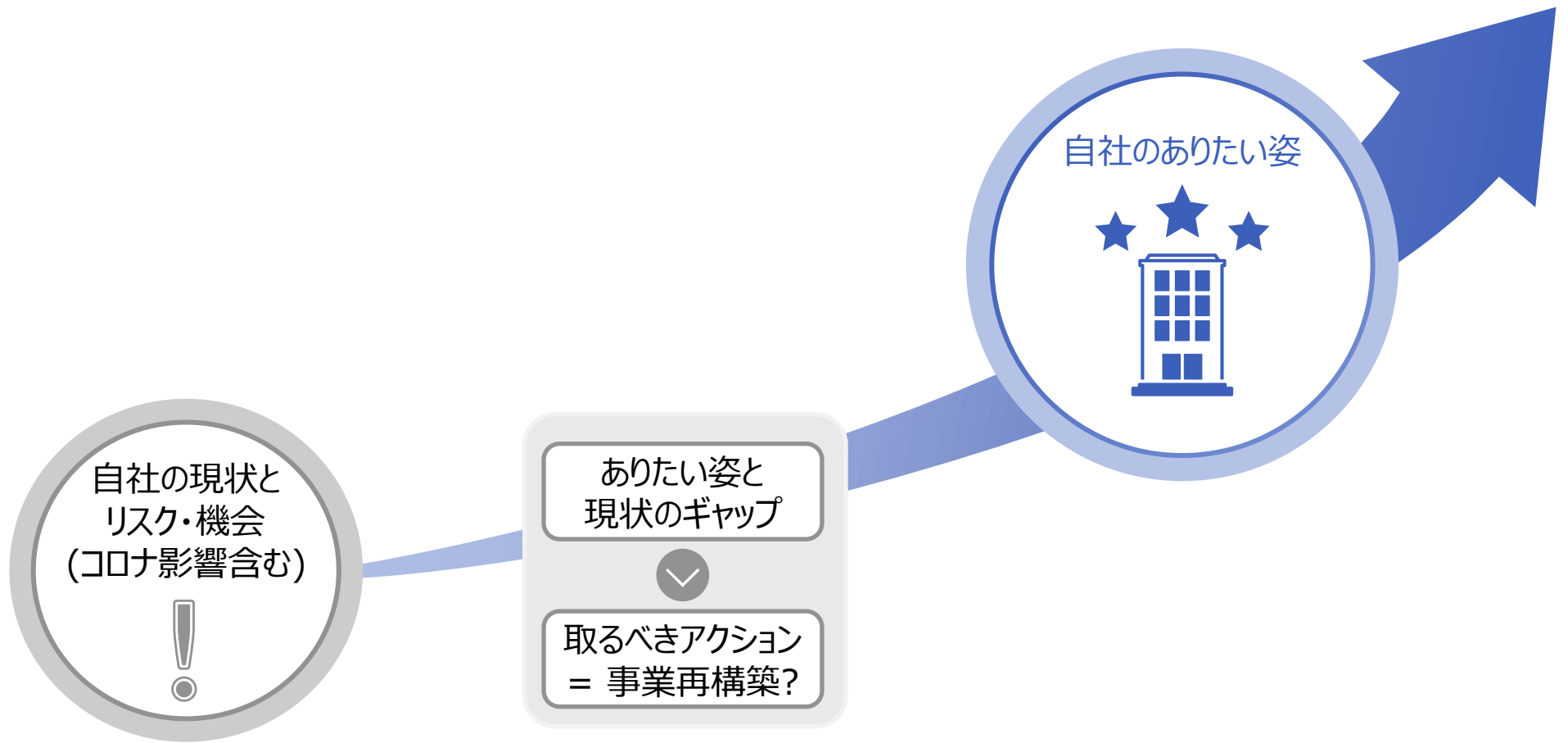


「ありたい姿」を考えることが難しい



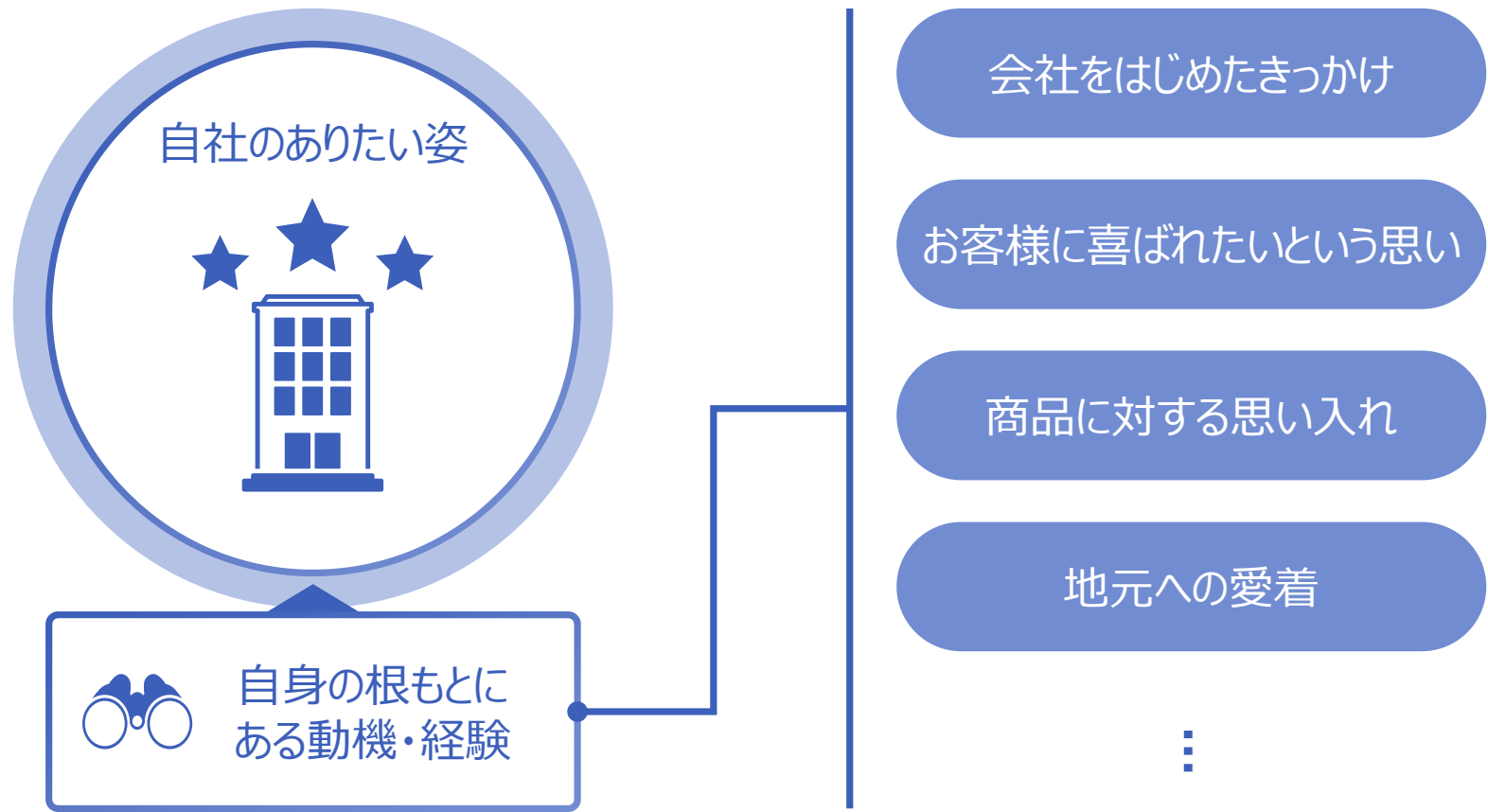
# 1 ありたい姿の言語化 (2/3)

- 自社のありたい姿を見つめ直すとともに、ありたい姿と現状のギャップを埋めるために、取るべきアクションとして "事業再構築" が最適であるか、を考える必要



# 1 ありたい姿の言語化 (3/3)

- 自社のありたい姿とは、「5-10年後に実現したい事業・経営や顧客への価値」を描くこと
- そのためには、何を目指したいかの指針として、自身の根もとにある動機・経験を棚卸しする



## **| 2. 有望な事業テーマの選定**

# 事業再構築に向けた事業テーマ選定の考え方

- 自社が置かれている環境分析、強み/弱みの棚卸を基に、“いま流行りのテーマ”ではなく、“自社にとって有望な事業テーマ”を見定めることが重要

## 考え方

①

市場/競合/  
顧客の調査

自社が置かれている事業環境を把握できているか？

- 市場規模・トレンド
- 競合他社の動向
- 顧客ニーズの変化

②

自社の強み/  
弱みの分析

自社の強み/弱みを明確に定義できているか？

- 製品/サービス、技術/知財、業界知見やノウハウ、等

③

事業テーマの  
幅出し/  
評価・選定

自社にとって有望な事業テーマ候補は何か？

- 業界一般/自社にとっての有望テーマの識別

どのような観点で事業テーマを決めるか？

- 事業環境の観点、自社の強みの観点

## 検討アプローチ

市場/競合/顧客について、デスクトップ・ヒアリング調査を実施。  
環境変化をふまえて自社リソースを棚卸し

SWOT分析により「自社の強み」  
x 「事業機会」を特定

事業テーマ候補の洗い出し  
● 事業再構築の傾向分析結果を参考材料として活用可能

テーマ候補を複数の観点から  
詳細に評価し、事業テーマを決定

# 1 市場/競合/顧客の調査

- まずは、市場/競合/顧客を調査し、自社が置かれている事業環境を明らかにする
- 事業環境の変化をふまえて、「今までの自社リソースをどう活かせるか」を棚卸しする

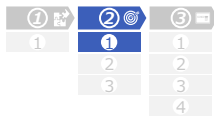
## 自社が置かれている事業環境の把握

	市場規模・トレンド	競合他社の動向	顧客ニーズの変化
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケットレポート</li> <li>● 有識者ヒアリング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● HPや口コミサイト</li> <li>● 商品の試用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存顧客ヒアリング</li> <li>● テストマーケティング</li> <li>● 商圏データ分析</li> </ul>
調査項目 (例)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場規模・成長率</li> <li>● 市場構造</li> <li>● 成長トレンド</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 商材の性能、価格</li> <li>● 技術/知財</li> <li>● 販売網、提携先</li> <li>● SNS、広告出稿</li> <li>● 業界知見・ノウハウ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 顧客ペルソナ</li> <li>● 顧客規模</li> <li>● 顧客ニーズと、 主な購買要因</li> </ul>
良い調査 のポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>● なるべく自社と近い製品/地域の市場データが望ましく、一次情報の収集も含めて検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 代替品等周辺領域を含めて競合の強さ・数を把握し、差別化余地の検討材料を収集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存/潜在顧客の生の声が最も重要なので、商圏内の顧客ニーズを足で稼ぐことも有効</li> </ul>

## 自社リソースの棚卸し

市場/競合/顧客の理解をもとに、**今までの自社リソースをどう活かせるか**、を棚卸しする

# (参考) 競合他社の動向調査



- 代替品等周辺領域を含めて競合の強さ・数を把握し、差別化余地の検討材料を収集
- 競合調査のポイントは、顧客の目線で比較すること、自社を客観的に見ること

## 競合調査のイメージ

### 飲食業 (喫茶店) の例

## 競合調査のポイント



	近隣カフェA店	近隣喫茶B店	自社	
ターゲット顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>10~20代の女性顧客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>30~50代の女性顧客</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20~40代の女性顧客</li> </ul>	
訴求ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>低価格・見た目重視のスイーツによるお手軽感</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高価格・本格スイーツによる高級感</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>糖質オフ・無添加スイーツによる健康志向</li> </ul>	
詳細な調査項目				
商材の性能/価格	立地	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅から徒歩7分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅から徒歩5分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅から徒歩2分</li> </ul>
	品揃え	<ul style="list-style-type: none"> <li>スイーツ3種類</li> <li>オリジナルドリンク有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スイーツ/菓子で20種類</li> <li>ホールケーキの取扱有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スイーツ/菓子で5種類</li> <li>低糖質の独自商品有</li> </ul>
	客単価	<ul style="list-style-type: none"> <li>平均400~800円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平均800~1,200円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平均500~800円</li> </ul>
販売網/提携先	販売方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>店内/テイクアウト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店内/テイクアウト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店内/テイクアウト</li> </ul>
	提携先	<ul style="list-style-type: none"> <li>特になし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商店街店舗との連携有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元農家との連携有</li> </ul>
人材	<ul style="list-style-type: none"> <li>従業員は3人と少数精鋭での経営</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門のパティシエや職人が複数名所属</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>洋菓子店での経験がある従業員2名が勤務</li> </ul>	
SNS/広告出稿	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram/Twitter/YouTubeを中心に発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>口コミ中心だが、イベント時にweb広告を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域客へのリーチのためにピザ配りを検討中</li> </ul>	
業界知見/ノウハウ	<ul style="list-style-type: none"> <li>昨年オープンのためまだ知見は溜まっていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営25年の歴史があり、地元客にも愛されている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10年の飲食店経営実績と健康食品に精通</li> </ul>	

### 顧客の目線で比較すること

- 顧客のニーズを起点に、競合の特徴を分析する
- 顧客目線だと、代替品も含めて意外な相手が競合になることも

### 自社を客観的に見ること

- 差別化要素を相対化して考えられないことが多い
- 自社を特別扱いせず、客観的に比較できると、説得力のある分析となる



## 2 自社の強み/弱みの分析

- 事業環境の調査結果をSWOT分析の考え方で整理し、事業テーマを考えるうえで重要な自社の強みの検討材料をまとめる

### SWOT分析の考え方

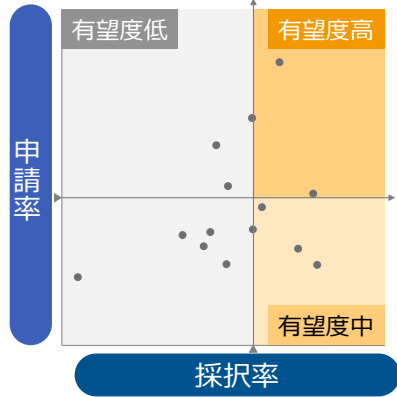
 <p><b>自社の強み</b> 自社のリソースをどう活かせるか?</p>	 <p><b>自社の弱み</b> 他社の強みや、自社では応えられない顧客ニーズは何か?</p>
 <p><b>機会</b> 環境変化を受けた自社にとっての新たな事業機会は何か?</p>	 <p><b>脅威</b> 環境変化を受けた自社にとっての悪影響やリスクは何か?</p>

### 自社の強みの検討材料

 <p><b>強み</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たな顧客ニーズの変化に対して、<b>自社の強み</b>でニーズを満たせる機会を見つけ出す</li> <li>● 競合と同質化しないように、<b>どう差別化をできるか/新たな強み</b>として何が<b>必要か</b>、に留意する</li> </ul>
 <p><b>機会</b></p>	
 <p><b>弱み</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ポストコロナ・ウィズコロナ時代は、事業環境の前提が根本から変化するため、市場成長/衰退、顧客数の増/減等、<b>自社の立ち位置</b>を改めて俯瞰する</li> <li>● 業界一般に参入障壁が高い/リスクが大きい領域も、工夫次第で<b>自社</b>ならではの強みに転換できる余地がある</li> </ul>
 <p><b>脅威</b></p>	

### 3 事業テーマの幅出し/評価・選定

● 事業テーマ候補を幅広く洗い出した上で、これまで分析してきた「事業環境」「強み」の観点で評価して絞り込み、事業再構築の事業テーマを選定



事業テーマ	有望度の識別	
	事業環境	強み
AA	◎	◎
BB	△	×
CC	×	×
⋮	⋮	⋮



- 強み/差別化
- 課題/リスク

自社の関連業種から、事業テーマ候補を洗い出し

- 市場レポートや事例集から、候補になるテーマを幅広く収集

事業再構築の傾向分析結果を参考材料として活用可能

「事業環境」「自社の強み」から、自社の状況を踏まえて事業テーマを評価

- 事業環境の調査、自社の強み/弱みの分析結果をもとに評価

事業再構築の事業テーマを選定

- 「自社の強みを活かした差別化」が重要かつ難しく、課題/リスクを含めて認識する必要



### 3 事業テーマの幅出し - 事業再構築の傾向分析結果

- 事業再構築の傾向分析では、統計上有望な事業テーマを特定
- 事業環境と強みの観点から、自社にとって適切な事業テーマ候補を識別して幅出しを行う

幅出し 評価 選定

統計上有望な事業テーマ <sup>1)</sup>		有望度の識別		自社にとって適切な事業テーマ候補	
有望度	事業テーマ (飲食業の例)	事業環境	強み	考え方	事業テーマ候補の幅出し
高	冷凍食品事業の展開	◎	◎	成長市場の勢いに乗って事業を拡大	冷凍食品事業の展開
	スイーツ・菓子の製造・販売	◎	◎		スイーツ・菓子の製造・販売
	惣菜の製造・販路拡大	△	△		
中	キッチンカー事業の展開	△	×	自社固有の強みを活かし、参入障壁に対処	
	パン製造・販売事業の展開	◎	◎		パン製造・販売事業の展開
	ビール製造・販売	◎	◎		ビール製造・販売
低	観光・宿泊事業の展開・活性化	×	×	他社にとって魅力の低い市場であるが、自社にとってはニッチトップを狙う余地あり	
	食肉・焼肉事業の展開	×	×		
	美容事業への展開	△	×		
	弁当販売・テイクアウト	×	×		
	フランチャイズ事業展開	×	×		
	体験型消費サービス	×	×		
	地域産品を軸とした事業展開	◎	◎		地域産品を軸とした事業展開
	フィットネス・ゴルフ関連サービス	×	×		
	オリジナル商品/サービスの展開	×	×		

1. 参考資料にて、業種別の統計上有望な事業テーマ一覧を紹介

### 3 事業テーマの評価・選定

- 事業テーマ候補を複数の観点から詳細に評価し、事業再構築の事業テーマを決定
- 特に強みに関しては、「自社の強みを活かした差別化をできるか」を念頭に評価実施

幅出し 評価 選定

候補 (飲食業の例)	評価軸			強み				課題/リスク
	市場	競合	顧客	体制	技術	ノウハウ	...	
冷凍食品 事業の 展開	◎ コロナ後、 市場が急速 成長	✗ 複数の類似 商品がネット 上で販売	△ ネット販売での 顧客ニーズを 未確認	◎ 少人数で対応 可能	✗ 冷凍設備が なく、導入 資金が必要	△ ネット販売/ サイト構築の 経験なし	...	✗ 売上見込が 立たず、設備 導入の採算が 困難
スイーツ・ 菓子の 製造・販売	◎ 複数商品 カテゴリで市場 が拡大中	△ 近隣に同業店 が数店存在	◎ 商圏内の顧客 ニーズを確認 済	△ 短時間営業で あれば少人数 で対応可能	◎ 海外修行の 経験より本場 の味の再現が 可能	◎ 既存取引先 から安価な 仕入が可能	...	△ 短時間営業に よる営業機会 の損失
パン製造・ 販売事業 の展開	△ 自社商圏に 関する市場 データ未確認	△ 商品構成 次第で差別化 の余地あり	◎ 既存顧客 基盤を活用 可能	✗ 追加人員の 採用が必要	◎ 調理技術を 活用した独自 商品の製作が 可能	◎ 店舗での食品 販売の経験 あり	...	✗ 追加人員が 必要だが、 採用に時間が 必要

## **| 3. 事業計画の具体化**

# 事業再構築に向けた事業計画の考え方

- 有望な事業計画書に共通して含まれる「検討が必要な項目」に沿って事業計画を具体化

## 考え方

## 検討が必要な項目

- 1 事業再構築の方針決定

事業計画書作成の前提となる "事業再構築" の方針をどう定めるか?
- 2 新製品/サービスと実現する強み

再構築した事業の新たな製品/サービスを自社の強みでどう実現するか?
- 3 目標設定と投資対効果の検証

事業再構築に向けて、事業特性を踏まえた適切な目標設定ができているか?  
投資資金/補助金や事業リソースを投資対効果の高い領域に集中して投入できているか?
- 4 実行可能な計画の策定

目標達成への見通しを描ける、遂行確度の高い計画へと具体化できているか?  
事業の課題/リスクを織り込み、それを乗り越える解決方法まで含めて計画できているか?

(前提) 事業再構築の方針		
市場/顧客	競合	SWOT
競争優位性	新規性/イノベーション	
付加価値額	シナジー	生産性
財務状況/収益計画	投資計画・ROI/資金調達・計画	遂行方法/スケジュール
体制	課題/解決策	

# 事業計画書で検討が必要な項目（13個の重要トピック）

## 検討が必要な項目

## 各項目で具体化すべきこと

1 方針	(前提) 事業再構築の方針	(ありがたい姿と現状のギャップを埋めるアクションとなる "事業再構築" の方針を前提として確認)
	市場/顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社の事業・地域性に関連のある市場規模・トレンド</li> <li>自社の実商圈内における既存/潜在顧客ニーズ</li> </ul>
	競合	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社の置かれた環境において参入可能な事業であるか、を判断する競合調査の2つの観点 (競合動向の把握、競合動向を踏まえた差別化余地の検討)</li> </ul>
	SWOT	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場/競合/顧客の調査・分析を基にした自社の強み × 事業機会</li> </ul>
2 強み	競争優位性	<ul style="list-style-type: none"> <li>再構築した事業の新製品/サービスの実現確度を高めるために必要な強みをつくる2つの方法 (既存事業の強みの活用、不足する強みの新規構築)</li> </ul>
	新規性/イノベーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域社会に貢献するための先進的なデジタル技術活用を通じた革新的な新事業/サービス</li> </ul>
3 目標	付加価値額	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標達成の根拠となる商品/顧客別に細分化した売上/利益試算</li> </ul>
	シナジー	<ul style="list-style-type: none"> <li>再構築に伴う既存事業への顧客/売上増加の貢献</li> </ul>
	生産性	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上成長と併せて考慮すべき "選択と集中" や "効率化" の観点</li> </ul>
4 計画	財務状況/ 収益計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>中長期的に事業遂行できる状況であることを示す財務状況の安全性</li> <li>市場・顧客ニーズに基づいた売上根拠を明記した計画</li> </ul>
	投資計画・ROI/ 資金調達・計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上/利益計画に基づく投資回収期間の妥当性</li> <li>必要な資金額に対する資金調達内訳</li> </ul>
	遂行方法/スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標から逆算し、時系列と担当者を明確にした事業の詳細計画</li> </ul>
	体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材面の強みを明確にした社内外を含む役割体制</li> </ul>
	課題/解決策	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業目標・計画の達成に向けて対処すべき問題と具体的な対応方法 (特に、事業再構築においては、競合との差別化や新しい強みの構築に係る課題対応)</li> </ul>

# 検討が必要な項目について考慮すべきポイント

- 「検討が必要な項目」は、過去公募データに基づく事業再構築の傾向分析により特定
- AIによる分析から得られた考慮すべきポイントを事業検討の参考材料として活用可能

## 傾向分析のアプローチ



自然言語処理・機械学習を用いたAIアルゴリズムにより傾向分析を実施

蓄積された事業計画書のデータを基に、AIが記載内容を判別し、有望な事業計画書に共通して含まれるトピックの含有有無を分析

トピックごとに、記載有無による採択率への影響や記載割合を定量化して、事業計画書で漏らさずに具体化すべき項目を特定

## 分析から得られた考慮すべきポイント

- 1 事業計画の検討に際して、公募要領の審査項目とも紐づく、「13個の重要トピック」の具体化が必須
- 2 事業者により差が見られる「生産性」と「シナジー」を確実にカバーする必要
- 3 有望な事業計画は「社会課題解決への貢献」を突き詰めて検討
  - 3-1 AI/IoT等の「先端的なデジタル技術」に活用余地
    - 「AI」x「製造業/卸売業」、「IoT」x「製造業/飲食業」
    - 「IoT/XR」x「中規模」、「ドローン」x「小規模」
  - 3-2 SDGs全般から、「具体的な社会課題」へ。第6回公募からは「グリーン成長枠」を新設
    - 「働きがい/パートナーシップ」x「全業種」、「グリーン」x「製造業/飲食業」

# 認定支援機関の関わり方・相談の仕方

- 事業成長に繋がる有望な事業計画は、調査・分析、戦略、財務等、多岐に亘り検討が必要なので、経営の専門家に相談し、客観的な助言を得ながら考えを深めることが有効

## 認定支援機関との関わり方

経営の専門スキルが必要な事業計画の検討を中心に、事前検討/伴走支援も含めて事業パートナーとして協業

### 事前 検討

- 各種補助金等の支援策紹介
- 事業再構築の必要性/要件適合の判断

### 事業 計画 検討

- 市場/競合/顧客の調査
- 自社の強み/弱みの分析
- 事業テーマの幅出し/評価・選定
- 事業再構築の方針決定
- 新製品/サービスと実現する強み
- 目標設定と投資対効果の検証
- 実行可能な計画の策定

### 実行/ 伴走

- 事業計画の進捗振り返り
- 事業の軌道修正、改善のアクション実行

## 有効な助言を得るための相談の仕方

自らが主体となって考え抜く部分/専門家の助言をもとに精度を引き上げる部分で、相談の濃淡をつける必要

### 相談内容 (例)

役割の  
大きさ ■:大 ■:中 ■:小

### 協業時の役割 (例)

事業者 支援機関

調査・分析	■	■
事業テーマ選定	■	■
再構築の方針決定	■	■
強みの具体化	■	■
目標設定	■	■
投資対効果の検証	■	■
収支/資金計画	■	■
実行体制・スケジュール	■	■
計画書の資料作成	■	■
申請要件チェック	■	■

# 1 事業再構築の方針決定

- ありたい姿と現状のギャップを埋めるアクションとなる "事業再構築" の方針を前提として定め、取るべきアクションの詳細を事業計画書に落とし込めるまで具体化

## 前提となる事業再構築の方針

	自社のありたい姿	5-10年後に実現したい 事業・経営や顧客への価値 ・ ① 事業再構築の必要性確認
	自社の現状と リスク・機会 (コロナ影響含む)	自社の事業環境への分析と、 強みx機会の特定 ・ ② 有望な事業テーマの選定
	ありたい姿と 現状のギャップ	新事業と現状のギャップ ・ ② 有望な事業テーマの選定
	取るべきアクション	"事業再構築" の要否 ・ ① 事業再構築の必要性確認 事業再構築の事業テーマ ・ ② 有望な事業テーマの選定

## 事業計画書で具体化すること

- ありたい姿と現状のギャップを事業再構築で埋められる根拠と方法
- ② 新製品/サービスと実現する強み
  - ③ 目標設定と投資対効果の検証
  - ④ 実行可能な計画の策定



## 2 新製品/サービスと実現する強み

- 再構築した事業の新たな製品/サービスの実現確度を高めるために、自社の強みとなる既存事業のリソース活用、または不足する強みの新規構築のやり方を具体化

### 新製品/サービスの実現方法の考え方

既存事業の  
リソース活用

事業再構築で新しい価値を実現するために、活かせる自社リソースを棚卸し

- 製品/サービス、顧客基盤、技術、人材、等

自社の強みを基軸に事業戦略を立てて、実現性の高い勝ち筋を見出す

- 既存製品と新製品の機能で相互補完
- 顧客基盤を新事業と共有化したクロスセル
- 既存事業のネットワークを通じたチャネル開拓、等

不足する強みの  
新規構築

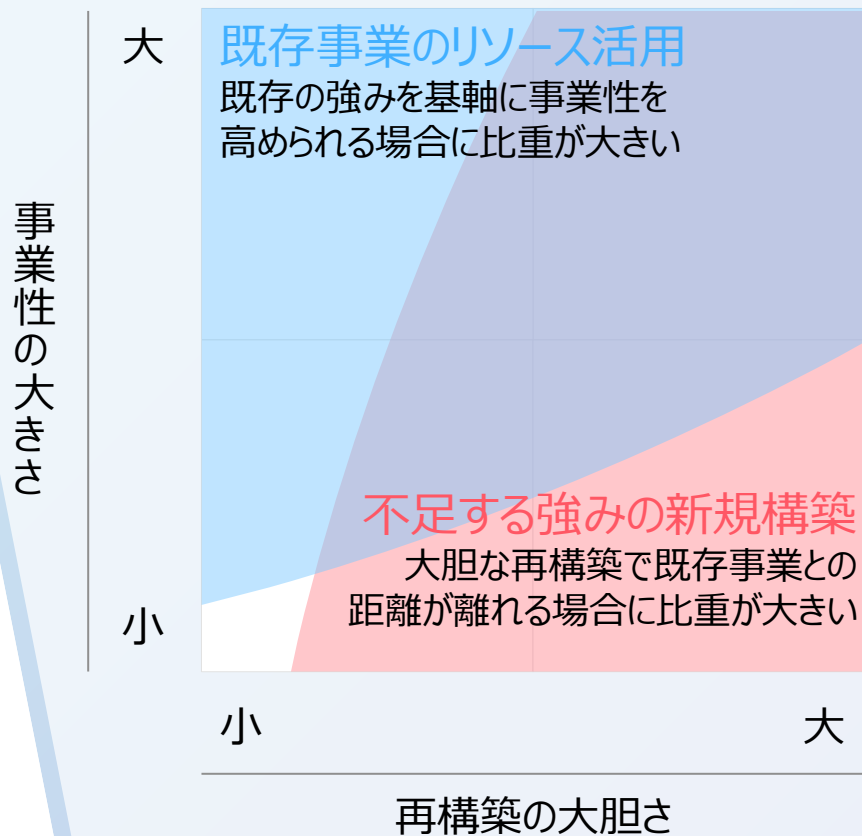
市場の参入障壁に対処するために、パートナー企業との提携により新たな強みを獲得

- 支援機関の仲介や、ビジネスマッチングの機会、等

技術面から製品価値を高めるために、先進的なデジタル技術を導入

- AI/IoT/XRを活用した新製品/サービス開発、等

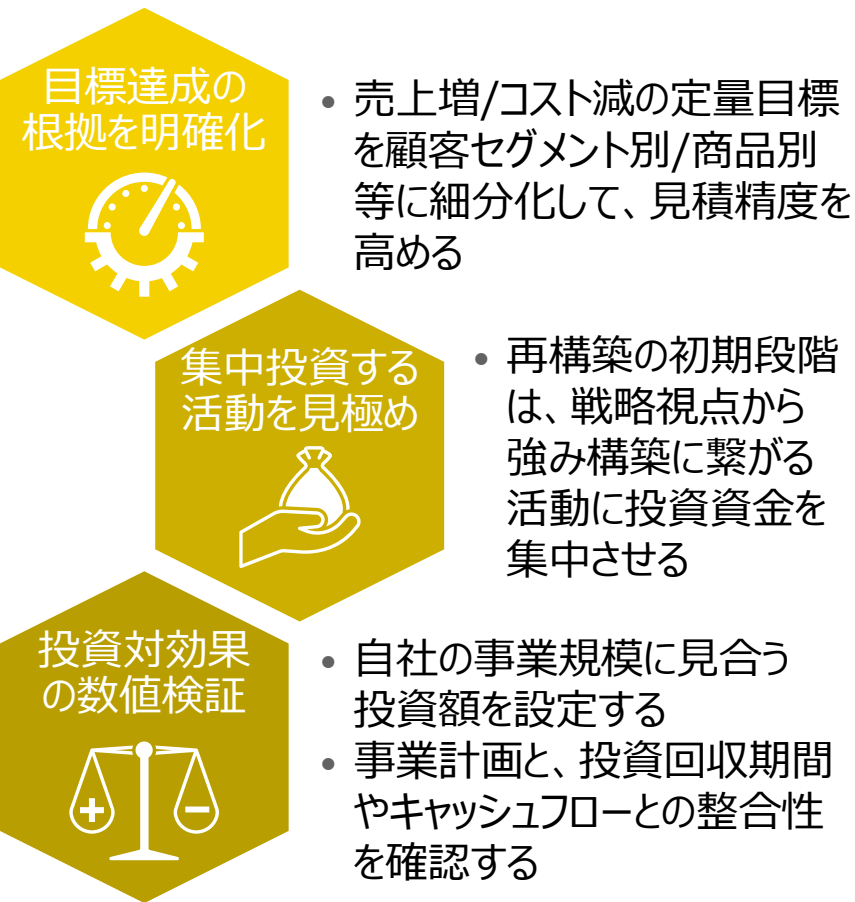
### 新事業での強みの発揮の仕方



### 3 目標設定と投資対効果の検証

- 事業再構築に際して、事業特性に応じた適切な売上・利益目標の設定が必要
- 売上増/コスト減に直結する活動に投資/リソースを集中して、事業成果を高める

#### 目標設定と投資対効果の考え方



#### 事業再構築における利益の構成要素

「顧客獲得」、「シナジー効果」、「生産性向上」に繋がる活動が売上増/コスト減に直結するため、積極的にリソースを投入



1. 最低でも3~5年で付加価値額の年率3%成長以上の目標水準が望ましい。「付加価値額 = 営業利益 + 人件費 + 減価償却費」とは、事業活動を通じて生み出した価値のこと

## 4 実行可能な計画の策定

①	②	③
1	1	1
2	2	3
3		4

- 事業再構築の構想を計画に落とし込み、目標達成への見通しを確かなものにする
- 競合との差別化や新たな強み獲得等、課題/リスクと解決策まで含めて計画に織り込む

### 計画づくりで得られること

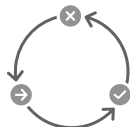
設定した目標を十分に達成できる見通しをもてる



課題/リスクへ早く備えられ余裕をもって対処できる



進捗を振り返り軌道修正と改善のサイクルを回せる



### 計画作成のポイント

売上計画、  
収益計画

- 5年スパンで事業の質的な変化を見立てる
- 売上/利益の要素を分解して算出根拠を明記(売上 = 顧客数 × 単価、等)

資金調達  
計画

- 事業再構築に必要な資金額を試算
- うち、自己資本/借入/補助金、等の種別ごとに調達・投資計画のバランスを確認

実行  
スケジュール

- 目標から逆算して事業の重要マイルストーンを区切り、3ヶ月単位で計画を詳細化・洗替え
- 計画を実行しながら定期的に進捗を振り返り、状況変化に応じて、柔軟に進め方を見直す

人員体制

- 人材面の強みを明確化するよう配置計画を作成
- 特に新事業では、社外の提携パートナーや業界の人脈も活用できるよう、幅広く体制を定義

# 具体的な記述粒度の考え方 - 事業再構築の方針決定 (1/2)

①	②	③
1	1	1
2	2	2
3	3	3
		4

## 検討が必要な項目

## 具体的な記述粒度

## 解説

(前提)  
事業再構築  
の方針

自社のありたい姿との合致

- 弊社が目指す「xx」の実現に向けて、再構築する事業においては顧客に最大限のサービス提供が実現できると考えられる

- 5-10年後に実現したい事業・経営や顧客への価値と、事業再構築で取り組む事業の方向性が合致しているかを確認

市場規模・トレンドの把握

- xxxのレポートによると、全国的には「xx」の市場規模は20年xx億円、21年xx億円と例年増加傾向にあり、25年まで年率x%で伸びる見込みである。加えてヒアリング結果より、自社の商圏であるxx県においても同等の成長が見込めると想定

- 自社の置かれた環境と合致するように、自社の事業や地域性に関連のある市場データを参照する必要
- 自社事業との関連性の弱い業界全体/全国対象のデータを前提とするケースが見られるため要注意

市場/顧客

顧客ニーズの把握

- 試作品のテストマーケティングを実施し、既存顧客からは好評の声を多数いただき、顧客ニーズを確認できた

- テストマーケティングを通じて実商圏内の顧客の生の声を調査・確認することで、事業の成功見通しを確認

1

方針

2

強み

3

目標

4

計画

# 具体的な記述粒度の考え方 - 事業再構築の方針決定 (2/2)

## 検討が必要な項目

## 具体的な記述粒度

## 解説

競合

### 競合動向への理解

- 主な競合先はxx、xx、xxの3店舗であり、3店舗とも同規模、同価格の商品提供を行っており、①好立地に出店が可能、②栄養士監修による高品質な商品提供により自社の参入が可能

- 自社の置かれた環境において、競合の強さを把握し、自社にとって参入可能な事業であるかを確認

### 競合動向を踏まえた差別化余地の検討

- 競合が予想されるxx、xxは団体向けに商品展開しているが、自社ではニーズが異なる個人向け商品を訴求することで差別化する

- 競合では顧客のニーズを満たせておらず、自社が参入して顧客ニーズを満たすことが可能な領域を特定

SWOT

### 自社の強み x 事業機会の明確化

- ①顧客から信頼されている生産・管理体制②3年間の開発期間を経た国内唯一の「xx技術」の2つの強みを活用し、受注見込みのあるxx分野でのxx製品の加工に取り組む。②を活かし既存事業では製品強度向上・省力化による加工コストの削減に成功しており、新事業でも高品質な製品の製造・収益性の改善を図ることが可能

- 自社の置かれた環境において、市場/競合/顧客への客観的な調査・分析を基に自社の強み x 事業機会を明確化
- 環境分析の根拠が弱いと、説得力をもって強みを伝えられないため要注意
- また、様々な高度な分析を行うよりも、基本となる自社の強みを突き詰めて考え切ることが最も重要

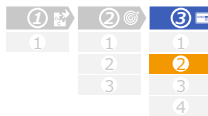
1  
方針

2  
強み

3  
目標

4  
計画

# 具体的な記述粒度の考え方 - 新製品/サービスと実現する強み



## 検討が

## 必要な項目

## 具体的な記述粒度

## 解説

### 競争優位性

#### 既存事業の強みの活用

- 取引先から高評価を得ているxx部品の品質と加工技術に既存の強みがあり、新製品開発においてもxxの技術を活用して優位性を築く

- まずは活用可能な自社の既存リソースを棚卸して、再構築後の軸となる強みを築けると実効性が高い

#### 不足する強みの新規構築

- 新製品の生産体制を構築するために、商品開発については長年研究開発を行っている社と、性能評価は知見のあるxxと連携

- 既存事業と距離が遠いほど新しい強みを補完する必要があり、新事業の領域で既に強みをもつ企業との提携が有効

### 新規性/ イノベーション

#### 地域イノベーションに貢献するデジタル技術活用

- 30万人を動員する県内イベントに関するオンラインツアーを新たに事業化し、4KカメラやVRを活用した臨場感のある映像を提供。近年、イベント中止により苦悩を抱える関係者や地方自治体と連携し、イベントや街並み・特産品等の地域情報を発信することで、地域経済の活性化と観光資源を守ることに貢献

- 先端的なデジタル技術を用いて地域の社会課題解決に貢献することで、今までにない新事業/サービスを創出可能
- イノベーション創出は、中小企業にとってハードルが高く感じる場合も多く、地域の他企業や自治体との協業での取組みを検討してもらいたい

1  
方針

2  
強み

3  
目標

4  
計画

# 具体的な記述粒度の考え方 - 目標設定と投資対効果の検証

検討が

必要な項目

具体的な記述粒度

解説

付加価値額

見積精度の高い目標設定

- 初年度で「x個/年、x億円」の売上を既に見込み、5年後には、「商品①: x個/年 x 単価x万円、コストx万円」、「商品②: x個/年 x 単価x万円、コストx万円」と売上/利益を試算

- 既に見えている受注見込みを前提に置いたうえで、商品別/顧客別に細分化して売上/利益を試算することで見積精度の確からしさを向上

シナジー

既存事業への売上貢献

- 新事業で新規顧客をxx名獲得可能であり、既存事業との顧客基盤の共有による相乗効果で、既存事業もx%の売上増加を見込む

- 再構築に伴う既存事業への顧客/売上増加の貢献を定量的に確認
- 新事業成長に目が行きがちだが、既存事業を含む事業体として売上向上の観点も漏らさずに押さえる必要（既存事業へのマイナス影響がないかどうかも考慮する必要）

生産性

リソース投入の選択と集中

- 既存事業については海外製品の価格競争により収益性が低くなっているため、生産ラインを縮小し、付加価値の高い製品である再構築事業の強化を図ることを想定

- 投資資金や既存人員を再構築の肝となる新しい強みの構築に集中投下することで、事業の立ち上がりを加速

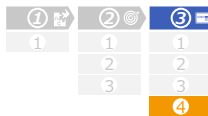
コスト削減に繋がる効率化

- 既存事業については2店舗のうち1店舗は固定費が高く、撤退を検討。また既存事業と新規事業にて共同仕入れを実施することで仕入れコストの減少を図り、変動費の削減を図る

- 既存事業の見直しと既存/新事業間でのリソース効率化によって固定費・変動費を削減
- 新事業成長に目が行きがちだが、収益性改善には効率化の観点も漏らさずに押さえる必要



# 具体的な記述粒度の考え方 - 実行可能な計画の策定 (1/2)



検討が

必要な項目

具体的な記述粒度

解説

1

方針

2

強み

3

目標

4

計画

財務状況/  
収益計画

財務状況の安全性確認

- 当社は安定した財務基盤 (流動比率: xx%/当座比率: xxx%/自己資本比率: xx%) を有しており、流動比率は業界平均のxx%を満たし、金融機関からの信頼もある

- 流動比率/当座比率等の数値と業界平均数値を比較し、財務状況の安全性を確認 (決算書にて詳細確認)

収益計画の根拠明記

- 既存事業の売上は前年実績を基準に前年よりも低いxx万円を想定。補助事業については、初年度は単価x円で年間x万台、5年後は年間x万台を生産し、x万円の売上見込である

- 市場・顧客ニーズの根拠をもとに売上見込みを試算
- 認定支援機関からの助言を受けながら、計画の実現性を高めることが有効

投資計画・  
ROI/  
資金調達・  
計画

投資計画の妥当性確認

- 8月に事業の実現に必要な計3件の設備をxx万円で導入予定。5年目にxx万円の利益総額を見込むことから、設備投資は2年で投資回収可能と計画している

- 売上/利益計画の根拠に基づいて、具体的な投資回収期間を試算 (補助金投資分を明示)

資金調達の内訳明記

- 本投資について、自己資金及び借入金にて賄う。自己資金xx万円、借入金xx万円を予定。数値計画は、xx銀行と事前に議論ができており、xx万円の融資の内諾を得ている

- 借入金が必要な場合は、金融機関との事前調整等にて融資の目途が立つことを確認



# 具体的な記述粒度の考え方 - 実行可能な計画の策定 (2/2)

検討が  
必要な項目

具体的な記述粒度

解説

遂行方法/  
スケジュール

目標から逆算した計画詳細化

- 初年度売上x億円/顧客x名を目標とするため、x月までに設備の見積取得・購入、x月までにx名を採用し、x月までにxx施策により見込み顧客への訴求を始め、x月には…

- 目標から逆算してマイルストーンを区切り、時系列と担当者が分かるように計画
- 直近1年程については、事業の見通しを描けていることが伝わる詳細粒度で線表を具体化できると望ましい

体制

社内外の役割整理

- 本事業は、xxの経験豊富な責任者のxxを中心とした部門内チームにて遂行し、協業・連携関係にあるPR支援を行うxx社、事業運営支援を行うxx社と協業で進める

- 自社の人材面の強みを明確化したうえで、社外の提携パートナーや関係者を含めた体制を定義

課題/解決策

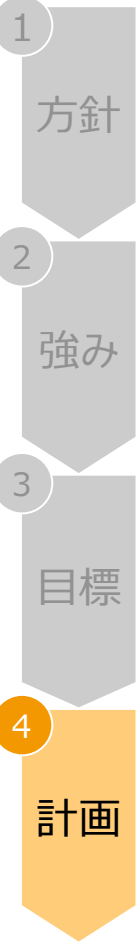
例①顧客獲得の課題

- 課題: 新規事業である施設への顧客獲得
- 解決策: 主な集客方法として①インフルエンサーを活用したSNSマーケティング②ポータルサイトへの掲載③近隣店舗との連携による相互送客の3点を実施

- 事業再構築は、新しい事業への挑戦であるため、競合との差別化や新しい強みの構築等、数多くの課題やチャレンジに直面する前提のもと、率直に課題を洗い出す必要
- そして、その課題をどう解決するのか、外部パートナーや認定支援機関の力も借りながら、地に足のついた解決策を要検討
- すぐに解決できる課題から、時間の掛かる課題まで、課題解決への対応を各種計画や実行スケジュールに織り込み、余裕をもって対処できると、事業成功に向けた説得力を高めることが可能

例②技術・ノウハウ獲得の取得

- 課題: xx技術の取得
- 解決策: 技術取得に必要な取り組みとして①資格取得②xxデータ収集③独自治具の開発を実施、特に①については難易度が高く資格取得に数年かかるが、本資格に精通する連携会社の指導を受けることで短期間での資格取得を目指す



**(参考)**

**a. 事業テーマの傾向分析結果**

# 事業テーマの傾向分析結果

- 蓄積されたビッグデータ<sup>1)</sup>を分析し、統計上有望な再構築の事業テーマを特定
- 再構築する事業テーマ候補を幅出しする検討材料に、傾向分析結果を活用可能

## 傾向分析のアプローチ

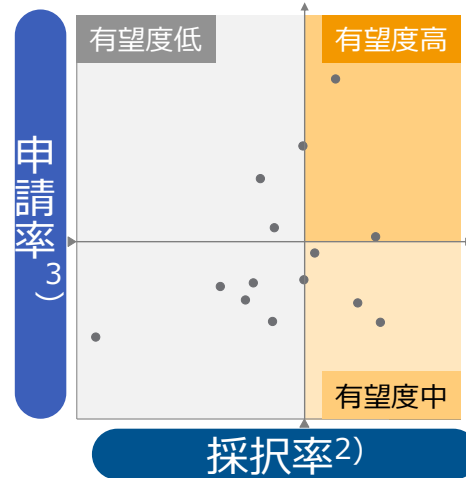
自然言語処理・機械学習を用いたAIアルゴリズムにより傾向分析を実施

蓄積された事業計画書のデータを基に、AIが事業内容の解釈・分類を行い、統計上有望な再構築の事業テーマを特定

## 統計上有望な事業テーマの考え方

「採択率」×「申請率」で事業テーマを分析

- 市場成長が見込まれる有望度高/中が望ましい



### 有望度 事業テーマへの見立て

高

申請率: 高 × 採択率: 高

- 市場成長を背景に魅力的な事業領域
- 但し、競争が激しく人気テーマに飛びついて"落とし穴"に陥るケースが散見され、自社の強みを活かせるか見極める必要

中

申請率: 低 × 採択率: 高

- 市場性があるものの参入障壁が高い事業環境
- 自社の強みと参入テーマの親和性がある場合は、既存の強みを活かして競争優位性のある事業を確立可能

低

申請率: 低~高 × 採択率: 低

- 低成長市場/多数の事業者の参入で、厳しい競争環境
- 一般的に困難な事業テーマであっても、自社独自の強みを築ける可能性

1. 第3~4回公募データを中心に、現在第2回公募データを段階的に追加中

2. 各業種の申請データにおける各テーマの採択率 3. 左記データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合

# 「統計上の有望度 "高"」の事業テーマ検討時に意識いただきたいこと

- 競争が激しく人気テーマに飛びついて "落とし穴" に陥るケースが散見される
- "落とし穴"回避のために自社の強みを活かせるか見極める必要

	"落とし穴"	"落とし穴" 回避
市場動向	市場の成長率が高く、魅力的な事業領域	
共通する特徴	人気/伸びている競争の激しいテーマにおいて、 自社の強みを活かせず、 差別化が出来ていない	単に人気/伸びているテーマに飛びつくのではなく、 自社の強みを活かせるか見極め、 差別化が出来ている
具体例	"落とし穴" に陥った不採択案件 自動車販売業から、ASV <sup>1)</sup> の整備事業への展開 (整備対象となるASV機器搭載台数は年率約19% <sup>2)</sup> の高成長)	"落とし穴" を回避した採択案件
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 強みと記載している整備士が少なく、強みとは言えない</li> <li>● 整備士採用/関連設備導入の具体的な計画がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 整備士の体制・ノウハウ/関連設備が十分にあり強みとなる</li> <li>● 顧客の需要 (ASVの事業用車両整備が圏内にない) が明確</li> </ul>

1. ASV: 先進安全自動車 2. 2016年～2020年の衝突被害軽減ブレーキの装着台数(日本)をASV関連機器として例示  
出典: 国土交通省「ASV技術普及状況調査 (2020年)」

# 「統計上の有望度 "中"」の事業テーマ検討時に意識いただきたいこと

- 市場性があるものの参入障壁が高い事業領域である
- 自社の強みと参入テーマの親和性がある場合は、既存の強みを活かして事業を確立可能

## 典型的なパターン

		人材不足	技術・ノウハウ不足
共通する特徴	参入障壁	業界一般に、特定分野に精通した人材が不足 (専門資格やデジタル活用 等)	専門技術の活用難度が高い
	自社の強み	特定分野の専門人材育成に注力	他分野にて高い技術力を保有
	解決策	事業再構築に際して、強みとなる専門人材を活かしながら、全社横断での人材育成を展開	事業再構築に際して、自社の既存技術を転用すると共に、外部パートナー連携により新たな技術を獲得
具体例		デジタル技術を活用したICT施工の展開 (ICT施工は約42% <sup>1)</sup> 工事件数が毎年増加傾向)	自動車部品の金属加工から、EV部品製造への展開 (EV乗用車市場は年率約38% <sup>2)</sup> の高成長見込み)
	参入障壁	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 業界一般に、経営層のデジタル技術への理解不足と、ITに精通した専門人材の不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 業界一般に、高度化するEV関連技術 (軽量・小型化/耐久性 等) への対応</li> </ul>
	自社の強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>● デジタル活用の素養や経験のある30-40代の中堅人材層が豊富</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存事業の金属加工技術を基にした加工難易度の高い素材(ステンレス製部品等)への対応力</li> </ul>
	解決策	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 事業再構築に際して、業務プロセスのデジタル化を推進すべく、経営層が中堅層からデジタル活用を学びながら社内浸透をリードし、幅広い現場担当者への活用を促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 発注元の部品メーカーとの協力関係のもとEV部品を製造し、試作品/測定データによる試行を通じた技術力向上</li> </ul>

1. 2016年～2020年のICT施工実施状況(日本)より算出 2. 2019年～2025年のEV自動車販売台数(日本)より算出  
 出典: 国土交通省「ICT施工の実施状況(2019年)」 2. 富士経済「2021年版 HEV, EV関連市場徹底分析調査 (2021年)」

# 「統計上の有望度 "低"」の事業テーマ検討時に意識いただきたいこと

- 低成長市場/多数の事業者の参入で、厳しい競争環境
- 一般的に困難な事業テーマであっても、自社独自の強みを築ける可能性

## 典型的なパターン

		市場の低成長	再構築の距離が遠い
共通する特徴	困難な環境	参入する市場の成長率が低い	既存事業からの距離が遠く、一般的には活かせる強みが限られる
	自社の強み	既存事業での関係性を活かして、複数の取引先から引き合い/受注見込みがある	既存事業とは関わりが薄いものの、経営層個人として、特定分野における知見/経験を保有
	解決策	引き合いを活かした独自ルートでの事業構築	知見/経験を活かした新事業構築
具体例	建築塗装業から、工業用塗装業への展開 (塗料市場はほぼ横ばいで成長が見込めない <sup>1)</sup> )		飲食業から、美容商品開発・販売への展開
	困難な環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 参入する塗装市場は低成長が予想される(ただし、既存事業と比べると将来性が見込まれる)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存事業である飲食業とは別業態で距離の遠い、化粧品小売業への事業再構築</li> </ul>
	自社の強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 複数の大手企業から具体的な相談があり、見込み顧客のニーズをもとに事業再構築を検討できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営者の過去経歴において予防医療の専門資格を保有</li> </ul>
解決策	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 見込み顧客と顧客からの紹介をもとに、自社独自の商流を構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営者の専門性を活かして、予防医療・健康をコンセプトとした新商品を開発</li> </ul>	

1. 2006年～2016年の塗料売上推移(日本)より算出  
出典: 矢野経済研究所「2017年版 塗料産業・塗料市場の実態 (2016年)」

# 統計上の有望度別テーマ (1/3)


	事業 テーマ数	有望度 高	有望度 中	有望度 低	
① 飲食業 	50個	<ul style="list-style-type: none"> <li>通販・ECの活用による販路拡大</li> <li>冷凍食品事業の展開</li> <li>スイーツ・菓子の製造・販売 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>セントラルキッチンへの転換</li> <li>キッチンカー事業の展開</li> <li>パン製造・販売事業の展開 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光・宿泊事業の展開・活性化</li> <li>食肉・焼肉事業の展開</li> <li>カフェ・イートインビジネスの展開 等</li> </ul>	
② 宿泊業 	26個	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワーケーション向けサービス</li> <li>飲食関連製造物販</li> <li>アウトドア関連事業 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験型消費サービス</li> <li>長期滞在顧客向けサービス</li> <li>日帰り客向けサービス 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>古民家/空き家再生活用</li> <li>アート/工芸品等活用事業</li> <li>移住推進サービス 等</li> </ul>	
③ 製造業	機械 	41個	<ul style="list-style-type: none"> <li>ロボット技術の活用・製造</li> <li>EV関連事業の展開</li> <li>エネルギー・電力分野の展開 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レーザー関連機器開発・導入</li> <li>リサイクル関連事業</li> <li>ステンレス加工・製造 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>研削技術の展開</li> <li>治具の開発・製造</li> <li>船舶製造事業 等</li> </ul>
	金属 	33個	<ul style="list-style-type: none"> <li>半導体関連事業</li> <li>EV関連事業の展開</li> <li>アルミ加工技術の展開 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マシニングセンタの導入</li> <li>熱処理技術の活用・発展</li> <li>専門工具の製造 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>塗装事業の展開</li> <li>プレス加工の関連事業</li> <li>製缶事業の新展開 等</li> </ul>
	化学・ 繊維 	26個	<ul style="list-style-type: none"> <li>プラスチック、樹脂の新展開</li> <li>SDGsリサイクル</li> <li>医療分野の展開 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>編物・織物の製造販売</li> <li>体験・ワークショップ事業</li> <li>オーダーメイド商品の製造 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光事業の展開</li> <li>美容関連事業の展開</li> <li>塗装事業の展開 等</li> </ul>
	その他 	36個	<ul style="list-style-type: none"> <li>家具・インテリア製造販売</li> <li>オンライン事業展開</li> <li>段ボール製造・販売 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統工芸技術</li> <li>コンクリート製造・開発</li> <li>木製品・家具・の関連事業 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>化粧品・健康事業</li> <li>印刷関連事業</li> <li>高齢者向けサービス 等</li> </ul>

# 統計上の有望度別テーマ (2/3)

	事業 テーマ数	有望度 高	有望度 中	有望度 低
<b>4</b> 卸売業 	44個	<ul style="list-style-type: none"> <li>飲食店/食品販売展開</li> <li>水産物販売方法展開</li> <li>中食向け飲食業の展開 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プラットフォーム型ビジネス展開</li> <li>アウトドア関連事業展開</li> <li>ロボットの販売・活用支援 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験型サービス、施設展開</li> <li>倉庫新設、有効活用</li> <li>化粧品・美容関連事業 等</li> </ul>
<b>5</b> 小売業 	41個	<ul style="list-style-type: none"> <li>EC関連事業</li> <li>中食向け飲食業展開</li> <li>スイーツ製造販売 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デリバリー事業展開</li> <li>コインランドリー事業の展開</li> <li>食品の加工・販売 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>教育関連事業展開</li> <li>インテリア製造/販売、コーディネート</li> <li>ゴルフ関連事業展開 等</li> </ul>
<b>6</b> 建設業 	54個	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊・アウトドア事業・地域活性</li> <li>産業廃棄物処理・エコリサイクル事業</li> <li>家具のデザイン・制作 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドローンの活用</li> <li>解体事業の展開</li> <li>ICT技術の活用 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カフェ・コミュニティ事業の展開</li> <li>美容・健康事業の展開</li> <li>塗装事業の新展開 等</li> </ul>
<b>7</b> 生活関連 サービス・娯楽業 	38個	<ul style="list-style-type: none"> <li>教室、研修事業展開</li> <li>葬儀サービスの新展開</li> <li>ペット関連事業 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コインランドリー事業の展開</li> <li>結婚式、婚活関連事業</li> <li>配信サービス関連事業 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ジム、フィットネス関連事業</li> <li>脱毛サービスの提供</li> <li>美容師向けサービス展開 等</li> </ul>
<b>8</b> 学術研究/専門・ 技術サービス業 	46個	<ul style="list-style-type: none"> <li>教育・スクール関連事業</li> <li>デジタル技術の活用</li> <li>オンラインプラットフォーム事業 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI活用システム・サービス展開</li> <li>体験型消費サービス</li> <li>オンライン配信関連事業 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>医療関連事業</li> <li>美容関連事業</li> <li>スポーツ関連事業 等</li> </ul>
<b>9</b> 情報通信業 	48個	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル技術活用・DX推進</li> <li>スタジオ関連事業</li> <li>AI活用システム・サービス展開 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オンライン配信関連事業</li> <li>解析システム・サービスの展開</li> <li>クラウドサービス構築・展開 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験型消費サービス</li> <li>美容関連事業</li> <li>ポータルサイト構築・運営 等</li> </ul>



# 統計上の有望度別テーマ (3/3)

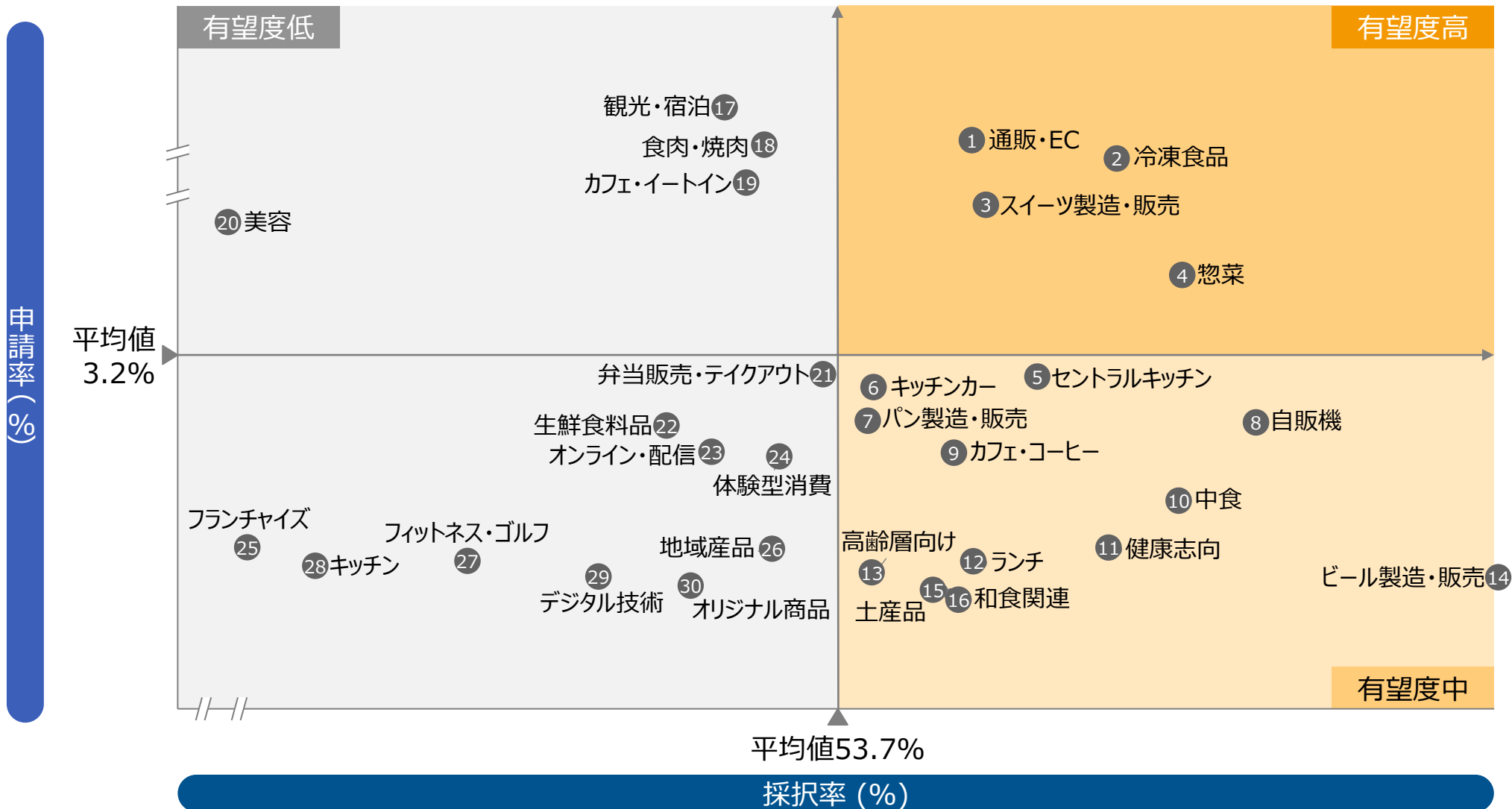
	事業 テーマ数	有望度 高	有望度 中	有望度 低
<b>10</b> 不動産業・ 物品 賃貸業 	35個	<ul style="list-style-type: none"> <li>アウトドア事業</li> <li>レンタル関連事業</li> <li>ワーケーション・リモートワーク関連事業等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コワーキングスペース事業</li> <li>スタジオ関連事業</li> <li>無人・非対面サービス等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>空きテナントの活用</li> <li>空き家活用</li> <li>レンタルスペース事業等</li> </ul>
<b>11</b> 医療・福祉業 	16個	<ul style="list-style-type: none"> <li>フィットネス関連事業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運動指導・療法等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>美容・エステ関連事業等</li> </ul>
<b>12</b> 教育・学習 支援業 	22個	<ul style="list-style-type: none"> <li>オンライン技術の活用</li> <li>英語教育関連事業</li> <li>音楽関連事業等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>動画製作・配信関連事業</li> <li>体験型消費サービス</li> <li>AI・IoT技術の活用等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢層向け事業</li> <li>ゴルフ関連事業等</li> </ul>
<b>13</b> サービス業 (他に分類され ないもの) 	44個	<ul style="list-style-type: none"> <li>教育・スクール関連事業</li> <li>リサイクル関連事業</li> <li>スタジオ関連事業等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アウトドア関連事業</li> <li>動画製作・配信サービス</li> <li>テイクアウト関連事業等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI・IoT技術の活用</li> <li>ペット関連事業等</li> </ul>
<b>14</b> その他業種 <sup>1)</sup> 	33個	<ul style="list-style-type: none"> <li>倉庫・物流関連事業</li> <li>観光関連事業</li> <li>EC構築・提供等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>リサイクル関連事業</li> <li>ドローンの活用等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カフェ関連事業</li> <li>美容・エステ関連事業</li> <li>再生可能エネルギー・燃料関連事業等</li> </ul>

1. 第2~4回公募の運輸・郵便業/農業・林業/漁業/金融・保険業/電気・ガス・熱供給/水道業/複合サービス業/鉱業・採石・砂利採取業/分類不能の産業の申請データを対象

# 1 傾向分析結果: 飲食業



飲食業: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第3~4回公募の飲食業申請データのうち精査の進んだ5,313件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全50テーマのうち、件数上位30テーマを表示

# 1 傾向分析結果: 飲食業 - 有望度高・中テーマ一覧



## 飲食業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	通販・ECの活用による販路拡大	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	地元食材を利用した食料品をECサイトで販売
	②	冷凍食品事業の展開	地元食材、特殊冷凍技術等の付加価値を前面に示す事業の展開	冷凍魚の新商品製造・販売
	③	スイーツ・菓子の製造・販売	スイーツ、菓子を製造し店舗やECを通して販売	低糖質の日常菓子の製造
	④	惣菜の製造・販路拡大	内食需要に向け惣菜に焦点をあて、既存資産・アライアンスによる付加価値の創出	ダイナミックプライシングを活用した無人販売
有望度中	⑤	セントラルキッチンへの転換	既存レストランや取引先を活かした形やデリバリーを含む転換	冷凍ラーメンの製造販売。
	⑥	キッチンカー事業の展開	キッチンカーを利用した食品の販売	キッチンカーによる焼きたてピザの製造販売
	⑦	パン製造・販売事業の展開	地元食材や既存事業の強みとなる食材を活かしたパンの製造・販売	業務用冷凍焼成パンの新開発
	⑧	自販機を活用した販路拡大	自動販売機にて既存事業で製造している食品を販売	冷凍餃子の自動販売機販売
	⑨	カフェ展開・コーヒー販売事業	オリジナルコーヒーの焙煎、店頭販売、カフェの展開	自家焙煎コーヒー製造参入
	⑩	中食事業	コロナ禍で需要が高まっている中食市場への展開	飲食業から中食市場向け加工食品製造への転換
	⑪	健康志向の飲食事業	コロナの影響を受けにくい健康食品市場を対象として新商品を開発・製造	機能性素材を配合した新たな食品開発
	⑫	ランチ事業	コロナで売上げが減少したためディナーに加えてランチ事業を展開	ランチに特化したレストランの展開
	⑬	高齢層向け商品開発・サービス展開	高齢層向けの配膳サービス等の展開	高齢者介護施設への給食事業の参入
	⑭	ビール製造・販売	地元ブランドのオリジナルクラフトビールの製造・販売	地元果実のクラフトビールを店内醸造
	⑮	土産品の製造・販売事業	観光資源を活用した土産品の製造による新たな事業の展開	地元のお土産物販売と鮮魚卸売りへの新規参入
	⑯	和食関連事業	地域の特色や和食事業の強みを活かした飲食事業や食品製造事業への展開	地元農業者と共に取り組む和食専門店への展開

# 1 傾向分析結果: 飲食業 - 有望度低テーマ一覧



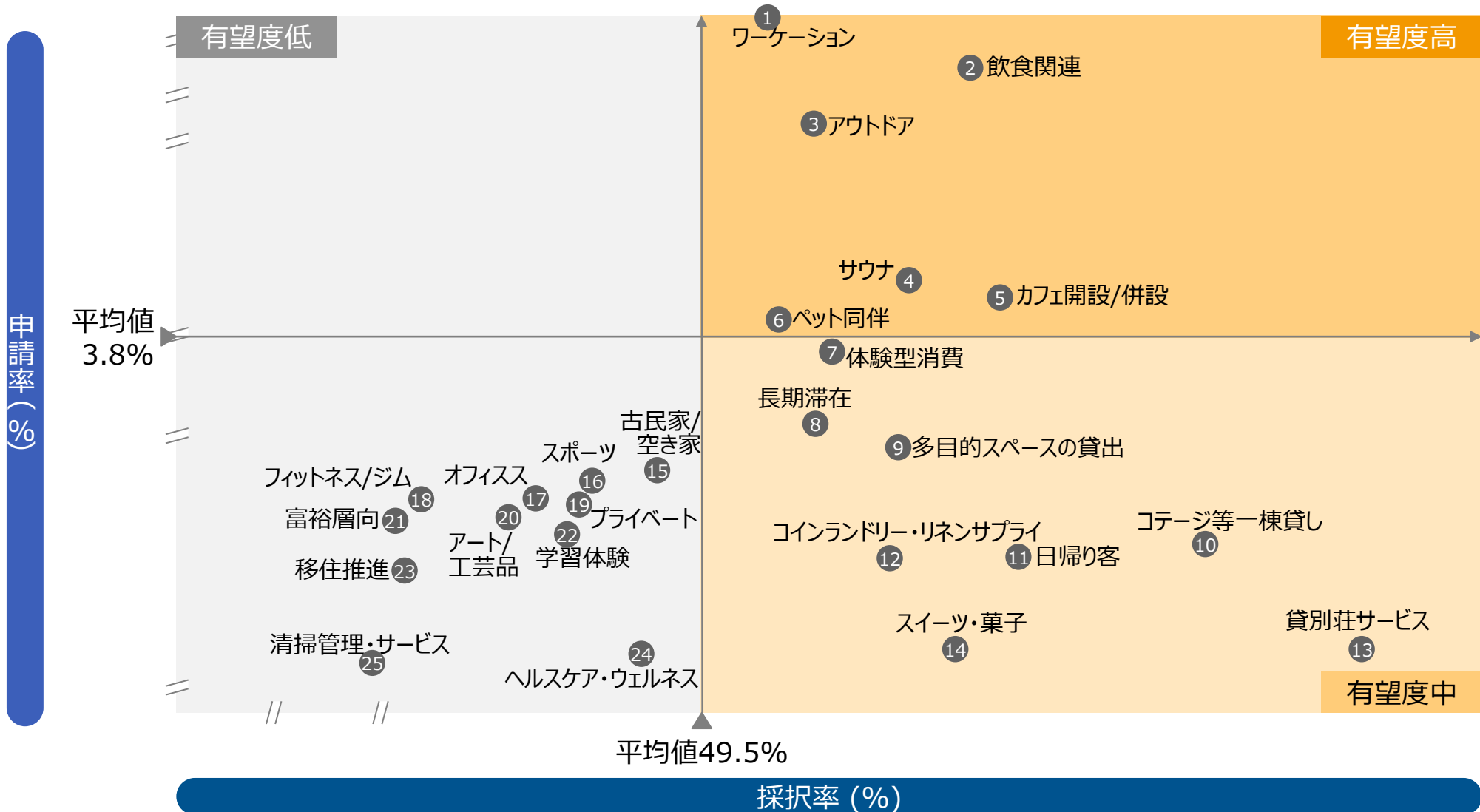
## 飲食業: テーマの特徴及び採択事業例

有望度  
低

番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
17	観光・宿泊事業の展開・活性化	観光スポットの設立、宿泊・アウトドア施設の新設・展開	非接触型ホテルの展開
18	食肉・焼肉事業の展開	居酒屋等の業態から焼肉店への転換を図る	配膳ロボットを活用した焼肉店への事業転換
19	カフェ・イートインビジネスの展開	販売商品の拡大やコロナ対応等の拡張、キャンプスペースでのカフェメニュー提供等の展開	スポーツチーム公認カフェの展開
20	美容事業への展開	エステ、脱毛等美容サービスの提供	健康意識の高まりに注視した痩身エステ事業
21	弁当販売・テイクアウト	弁当を中心とするテイクアウト販売の展開	冷凍日本食弁当を製造
22	生鮮食料品の加工保存・販路拡大	地元野菜を利用した食品、鮮魚の冷凍による販路拡大等の展開	遊漁船と魚の流通のハイブリッド事業
23	オンライン・配信事業	多くはオンライン教育や情報発信(販売も含むが付加価値情報が少ないものが多い)	酒のオンライン教育事業
24	体験型消費サービス	食品製造の体験や滞在空間の提供・スクール運営	体験型農園レストランの展開
25	フランチャイズ事業展開	フランチャイズスキームを活用した既存の飲食ビジネスの拡張	フランチャイズを活用したテイクアウト専門店の展開
26	地域産品を軸とした事業展開	地元食材・特産品を活かした食品製造や飲食事業の展開	地元食材を活かした新しい洋菓子の製造
27	フィットネス・ゴルフ関連サービス	フィットネスクラブやゴルフシミュレーション練習場や事業展開	無人型インドアゴルフ練習場
28	キッチン事業	レンタルキッチンやシェアキッチンの事業展開	シェアキッチン運営と飲食店開業サポートサービス
29	デジタル技術の活用	DXによる自動化・省人化を企図したシステムの導入 等	飲食店でのセルフオーダーシステムの導入
30	オリジナル商品/サービスの展開	オリジナルメニューや食品製造による新たな事業展開	オリジナル冷凍チーズケーキの開発

## 2 傾向分析結果: 宿泊業

 宿泊業: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の宿泊業申請データのうち精査の進んだ1,414件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合

## 2 傾向分析結果: 宿泊業 - 有望度高・中テーマ一覧



### 宿泊業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	ワーケーション向けサービス	ワーケーション宿泊客向けサービスの展開	法人契約等を対象とした地方ワーケーション長期宿泊施設を新設
	②	飲食関連製造物販	設備を活用したデリバリーやレストラン対応、製造への展開	農家直営レストランでの特産品提供
	③	アウトドア関連事業展開	グランピングやキャンプ等アウトドア事業展開	グランピング施設の運営
	④	サウナ事業展開	屋外やプライベート空間といった付加価値の高いサウナの新設	フィンランド式サウナを新設
	⑤	カフェ開設/併設	カフェ開設による観光客や地元客の取り込みの実現	ツーリング客をターゲットにしたカフェをオープン
	⑥	ペット同伴型ビジネス	カフェやドッグラン等のペット同伴可能な施設をオープン	愛犬と一緒に泊まれる旅館にシフト
有望度中	⑦	体験型消費サービス	体験型施設の開設やツアーの企画	スポーツやヨガが体験できるサービスの提供
	⑧	長期滞在顧客向けサービス	長期滞在顧客向けのサービスや宿泊施設の開始	豊かな自然と温泉を活かしたリトリート施設を展開
	⑨	多目的スペースの貸出	遊休スペースを様々な需要にマッチしたスペースとして貸し出し開始	動画クリエイター向けに施設を貸し出し
	⑩	コテージ等一棟貸し	コロナ禍でも安心して宿泊できるようにコテージやヴィラを一棟貸し開始	部屋貸しの宿泊サービスからホテルまるごと一棟貸しへの業態転換
	⑪	日帰り客向けサービス	日帰り客をターゲットにした施設開設/サービス提供	日帰り客向けに飲食サービス提供
	⑫	コインランドリー・リネンサプライ	コインランドリー事業や洗濯代行サービスの開始	同業他社ホテルに低コストかつ高品質なリネンサプライ事業を展開
	⑬	貸別荘サービス	貸別荘の提供や、別荘の管理サービスの開始	中古物件を改装して貸別荘として提供
	⑭	スイーツ・菓子製造販売	スイーツや菓子を製造して地元客にも販売	遊休施設を改装してスイーツを製造販売

## 2 傾向分析結果: 宿泊業 - 有望度低テーマ一覧

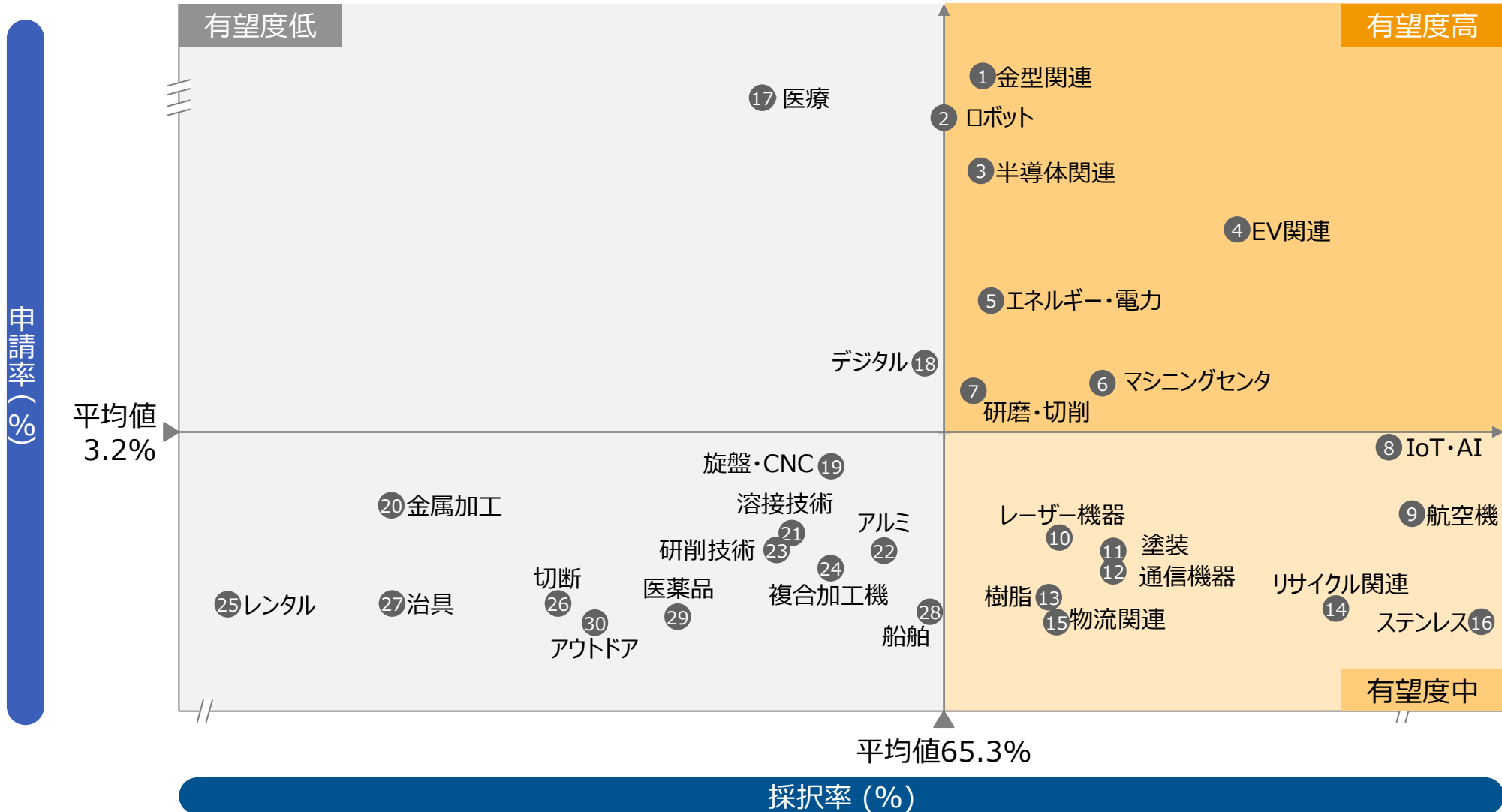


### 宿泊業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	15	古民家/空き家の再生活用	古民家や空き家を改装してカフェや宿泊施設として運営	古民家をリノベしてゲストハウスとして運営
	16	スポーツ需要の取り込み	アスリートやスポーツ客向けサービスの提供	トップアスリート向けに、他団体と接触することの無い合宿環境を提供
	17	オフィススペースの提供	法人や個人向けにオフィススペースを貸し出し開始	宴会場をリモートワーク客用のオフィススペースに改装
	18	フィットネス/ジム事業展開	24時間営業のジムやパーソナルトレーニングジムの開業	ミラーを設置し、室内フィットネス可能な客室に改装
	19	プライベート・貸切事業	富裕層、高所得層向けにプライベート空間を提供	高所得層向けにプライベートサウナ等を提供
	20	アート/工芸品等活用事業	アートや伝統工芸品に触れることのできるサービス、施設の提供	宿泊施設内にアートを展示
	21	富裕層向け宿泊施設・サービス	富裕層向けの宿泊施設・サービスを開始	富裕層むけの高級旅館に施設をアップグレード
	22	学習体験型サービス	体験しながら学べるサービス、施設を展開	宿泊型料理教室やオンライン料理教室を開催
	23	移住推進サービス	移住体験等の移住希望者の支援サービスを展開	離島に手ぶらで移住体験ができる宿泊施設を新規開業
	24	ヘルスケア・ウェルネス事業	心身の健康をサポートするプログラム、サービスを提供	リモートワークしながら心身を整えて仕事の生産性を高める独自のサービスを提供
	25	清掃管理・サービス事業	清掃管理システムの開発や清掃サービスの提供	自社利用と外部販売用に客室清掃管理システムを開発

# 3-1 傾向分析結果: 製造業 (機械)

 製造業 (機械): テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の製造業の機械関連申請データ1,829件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
注記: 抽出した全41テーマのうち、件数上位30テーマを表示



# 3-1 傾向分析結果：製造業（機械） - 有望度高・中テーマ一覧



## 製造業（機械）：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	金型関連事業の新展開	今後成長が見込まれる分野にて金型技術を適用	金型の生産体制再構築で成長市場へ新分野展開
	②	ロボット技術の活用・開発	製造ラインにロボットを導入することによる合理化・ロボット部品の製造等	製造ラインに対応したロボットの開発・カスタマイズサービス
	③	半導体関連の開発	EV等で需要が拡大する半導体分野への進出	精密部品加工技術を活かし半導体部品加工事業への参入
	④	EV関連事業の展開	車体軽量化・モーター・蓄電池等多様なテーマにて展開	電気自動車用の部品製造
	⑤	エネルギー・電力分野の展開	再生エネルギー用の機器の製造や発電システム等のテーマにて展開	風力発電部品の製造と市場進出
	⑥	マシニングセンターの導入・活用	マシニングセンターを導入することで製造プロセスの追加や合理化を図る	マシニングセンター導入により大型部品生産体制へ転換
	⑦	研磨・切削技術の活用	研磨・切削プロセスの高度化や新分野への挑戦	研磨技術を活用したセラミックス部品研磨への挑戦
有望度中	⑧	IoT・AIの活用	IoT・AIを活用した製造プロセスの合理化、新規ビジネスへの展開	画像AI装置の開発及び新市場開拓
	⑨	航空機関連技術の活用・展開	航空業界での製造技術を活かした他分野への展開	航空機用部品製造から宇宙産業用部品製造への新分野展開
	⑩	レーザー関連機器開発・導入	レーザー関連技術を導入した既存技術の拡張や新分野への展開	レーザー加工機導入により医療機器分野への進出
	⑪	塗装事業の新展開	塗装技術の強みを生かした新たな猟奇・サービスの展開	塗装技術を活用した食品製造機械分野への展開
	⑫	通信機器の製造・販売	5/6G等を中心とする通信機器部品の製造販売への展開	5G向け通信用デバイスの製造・販売
	⑬	樹脂加工	既存技術を活用した需要が高まる半導体分野等への転換やSDGs対応等のテーマにて展開	医療・半導体分野等樹脂加工分野への展開
	⑭	リサイクル関連事業	廃棄物や電池等のリサイクル事業・SDGs関連テーマにて事業展開	脱炭素社会を見据えた廃棄物等リサイクル処理装置事業
	⑮	物流関連事業の展開	物流ハブの構築や物流機器へのアプローチ等のテーマにて事業展開	革新的な低温物流への挑戦
	⑯	ステンレス加工・製造	需要が高まるステンレス加工・製造分野に他分野からの展開	ステンレス加工技術導入による低温物流市場への参入

## 3-1 傾向分析結果：製造業（機械） - 有望度低テーマ一覧



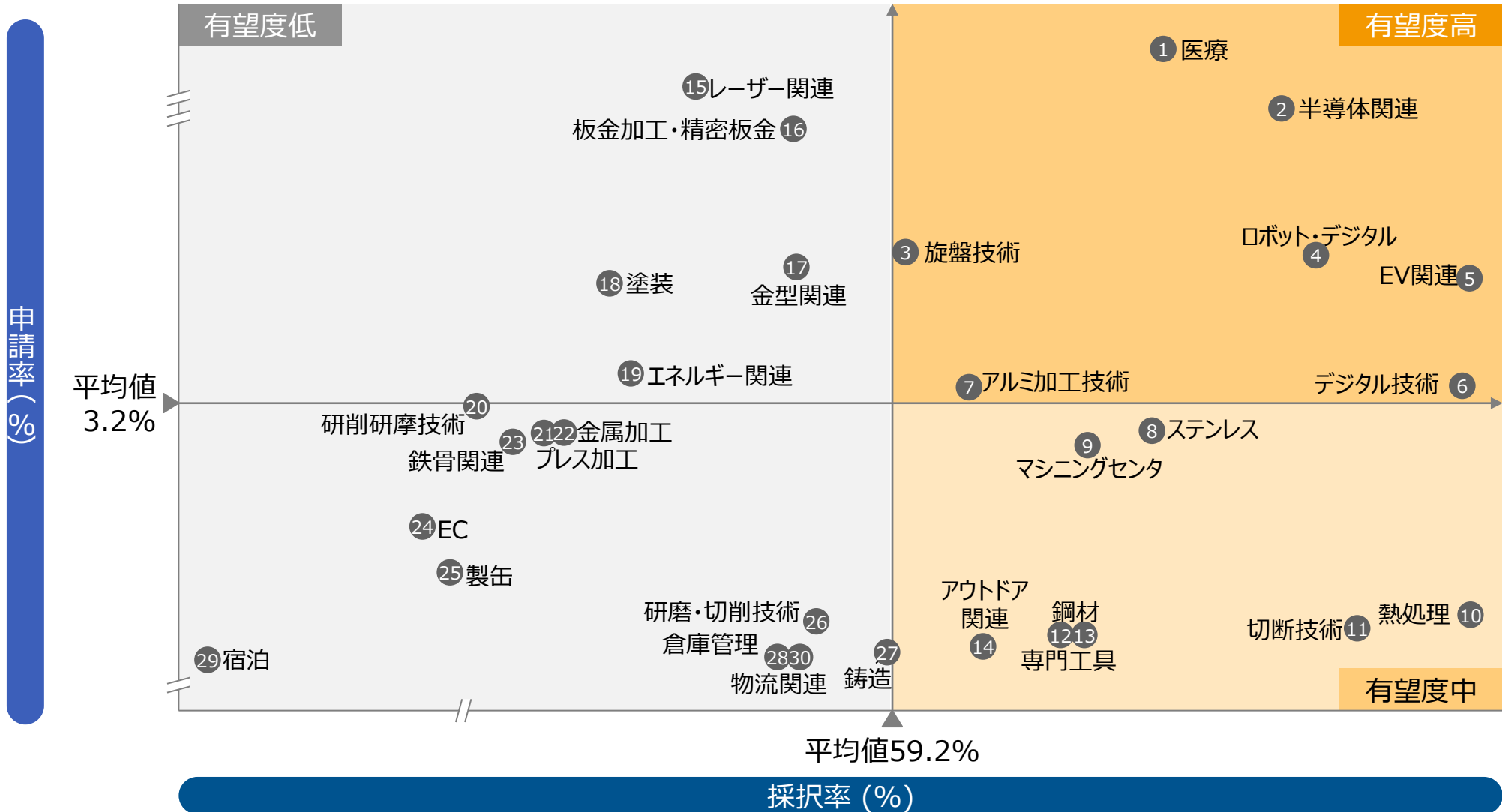
### 製造業（機械）：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	17	医療機器関連技術の展開	既存技術を活かした医療機器への進出やコロナで注目される衛生領域への展開	電子回路事業にて技術力を活かし、医療機器野への新規参入
	18	デジタル技術の活用	デジタル技術を活用した製造プロセスの合理化、新分野への展開	DX化によるロケット部品製造の効率化
	19	旋盤・CNCの活用	CNC旋盤を導入して新たな分野の部品製造を行う等のテーマにて展開	CNC旋盤導入による発電機用軸部品の製造
	20	金属加工事業の新展開	金属加工プロセスの合理化・品質向上や、これまでの強みを活かした他分野への展開	大型金属加工に対応しニッチ分野へ参入
	21	溶接技術の活用	既存の溶接技術を活かした他分野展開、新たな溶接技術の拡張等のテーマにて展開	半導体分野参入に向けた溶接技術の確立
	22	アルミ製造・加工	需要が増加しているEV向けのアルミ製造への転換等のテーマにて展開	EV向けアルミ鋳造製品加工への挑戦
	23	研削技術の展開	既存の研削技術や新たに研削技術装置を導入して新分野への進出	研削盤のデジタル化と自動化による半導体部品製造への参入
	24	複合加工機の導入	複合加工機の新たに導入することによる生産プロセスの高度化や他分野への展開	複合加工機導入による精密加工部品分野への新分野展開
	25	レンタル事業	機器の専門技術を生かして、レンタル事業を展開	ロボット等のデジタル技術関連商品のレンタル事業
	26	切断技術の開発・導入	切断技術を活用・高度化することによって新分野への進出	切断工程の刷新による、半導体関連事業へ進出
	27	治具の開発・製造	既存事業の強みを生かして、需要が拡大する分野に対応する治具を開発	治具開発技術を活用した自転車関連事業への参入
	28	船舶製造事業	船舶関連部品の製造技術を活かした他分野への展開	船舶関連事業での技術力を活かした食品加工機器製造業務への進出
	29	医薬品分野への展開	需要の拡大が見込める医薬品関連分野への展開	食品機械製造技術を活用した医薬品用機械事業への新分野展開
	30	アウトドア関連事業	既存技術を活かしたアウトドア用品市場の製造・販売	超精密加工を施した高品質キャンプギア事業

## 3-2 傾向分析結果: 製造業 (金属)



製造業 (金属): テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の製造業の金属関連申請データ1,540件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
注記: 抽出した全33テーマのうち、件数上位30テーマを表示

## 3-2 傾向分析結果：製造業（金属） - 有望度高・中テーマ一覧



### 製造業（金属）：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	医療分野の展開	既存技術を活かした医療機器への進出やコロナで注目される衛生領域への展開	精密部品加工業から、医療装置事業への挑戦
	②	半導体関連事業	EV等で需要が拡大する半導体分野への進出	農機具部品製造業から半導体関連事業への進出
	③	旋盤技術の活用・発展	旋盤技術の導入により生産設備を強化し、新分野に進出	CNC旋盤導入で新たな鉄道部品の製造・加工分野に進出
	④	ロボット・デジタル技術の活用	ロボット技術を用いた生産プロセスの合理化、新規事業の展開	実装ロボット用部品の製造
	⑤	EV関連事業の展開	既存技術（金型設計・プレス加工等）を生かしてEV事業に進出	小型EV乗用車部品の量産
	⑥	デジタル技術の活用	デジタル技術を活用した製造プロセスの合理化、新分野への展開	先端デジタル技術を用いた一貫生産で燃料関連市場に参入
	⑦	アルミ加工技術の展開	需要が増加しているEV向けのアルミ製造への転換等のテーマにて展開	電気自動車の普及に対応したアルミ合金技術への挑戦
有望度中	⑧	ステンレス加工・製造	需要の見込めるEV等の素材としてステンレス加工の開発・製造	高度化・多角化戦略として、ステンレス加工産業へ進出
	⑨	マシニングセンターの導入	マシニングセンターを導入することで製造プロセスの追加や合理化を図る	半導体製造装置部品へのマシニングセンター導入による新分野展開
	⑩	熱処理技術の活用・発展	熱処理技術の生産体制の拡充や新たに熱処理技術を導入することで転換を図る	再生可能エネルギー分野向けに熱処理技術を活用した新分野展開
	⑪	切断技術の開発・導入	切断加工のための設備強化を行うことによる事業再構築の実施	免震装置生産体制構築のための新たな切断加工方法導入
	⑫	鋼材製造・加工の発展	既存の鋼材製造・加工技術の活用・拡充により需要が高まる分野に進出	鋼材加工業による自社ブランド家具の企画製造販売
	⑬	専門工具の製造	新分野に進出すべく新しい機能を有する専門工具を開発・製造	新工具による燃料電池等分野への進出
	⑭	アウトドア関連事業	既存業務の業績下降のため、成長市場であるアウトドア関連事業に進出	工具製造技術を活かしたアウトドア市場への新分野展開

## 3-2 傾向分析結果：製造業（金属） - 有望度低テーマ一覧



### 製造業（金属）：テーマの特徴及び採択事業例

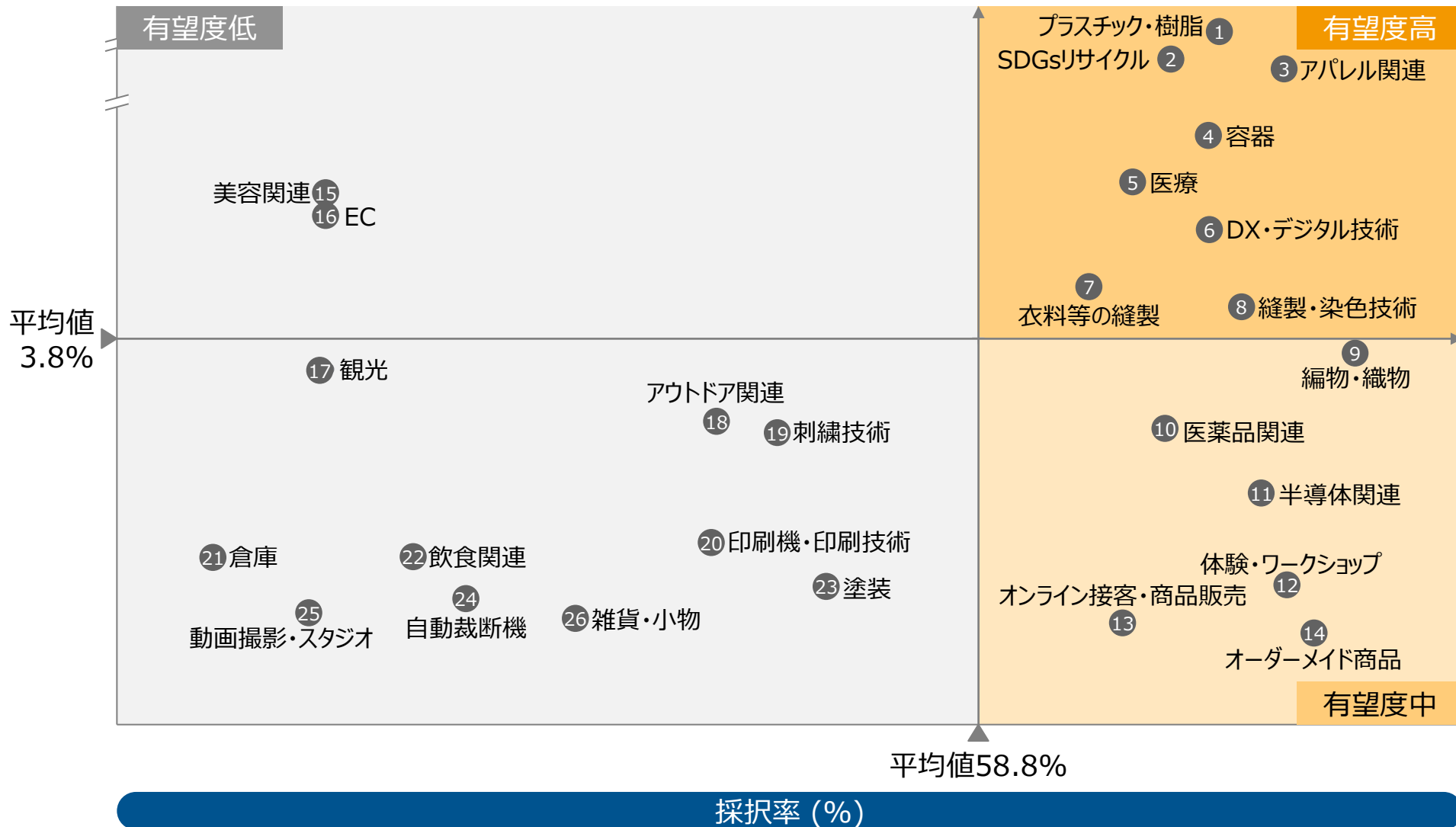
	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	15	レーザー関連機器開発・導入	レーザー関連技術を導入した既存技術の拡張や新分野への展開	レーザー加工技術を活かしたダクト部品への新分野展開
	16	板金加工・精密板金	板金加工技術の活用・拡充による新分野への展開	塗装事業に板金加工事業を取り込み付加価値向上
	17	金型関連事業の展開	今後成長が見込まれる分野にて金型技術を適用	半導体部品の金型製造の新規受注・受注拡大
	18	塗装事業の展開	既存の塗装技術を活かして、新たな領域に展開	自動車の塗装事業の新展開
	19	エネルギー関連製品の製造・開発	既存技術や設備を生かしたクリーンエネルギー分野への進出等のテーマにて展開	洋上風力発電事業の製品加工
	20	研削研摩技術の活用	既存の研削技術や新たに研削技術装置を導入して新分野に展開	研削加工内製化による自動車部品の短納期生産の実現
	21	プレス加工の関連事業	プレス加工・生産ラインの導入・拡充により、新分野に進出	EV部品への新分野展開に向けたプレス生産ラインの構築
	22	金属加工事業の展開	金属加工技術の導入による自動化装置市場への新分野への展開	金属加工技術の活用・拡充することで、需要が高まる領域に進出
	23	鉄骨関連製品の製造・開発	鉄骨製造の生産体制の拡充・拡張等による新分野への展開	大型鉄骨への対応に向けた新分野展開
	24	EC事業展開	ECサイトを構築することによる販路拡大や新分野への挑戦	ECサイトを構築し、1社依存体質からの脱却
	25	製缶事業の新展開	既存の製缶事業の活用や設備を増強することで需要が高まる領域に進出	製缶技術とレーザー切断を掛け合わせ新たな金属加工領域への参入
	26	研磨・切削技術の活用	研磨・切削プロセスの高度化や新分野への挑戦	金属切削加工を用いたキャンプ用品の製造
	27	鋳造の技術開発・製品製造	鋳造技術の強みを活用・拡充することで、ロボット・環境設備等の成長市場に進出	鋳造技術を活かしたゴルフ用品の展開
	28	倉庫管理事業の展開	倉庫物流装置の生産・倉庫の新たな建設等のテーマにて展開	オートメーション倉庫により効率化された物流業への参入
29	宿泊関連事業	貸し切りスモールホテルの展開等コロナ時代を意識したテーマにて展開	ワンフロア貸し切りホテル	
30	物流関連事業	物流拠点の新設や物流管理システムの導入	自動倉庫システム分野の新規開拓	

### 3-3 傾向分析結果: 製造業 (化学・繊維)



製造業 (化学・繊維): テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>

申請率 (%)



1. 第2~4回公募の製造業の化学・繊維関連申請データ763件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合

### 3-3 傾向分析結果: 製造業 (化学・繊維) - 有望度高・中テーマ一覧

#### 製造業 (化学・繊維): テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	プラスチック・樹脂の新展開	廃プラスチックから高付加価値な射出成形品製造を実現等のテーマにて展開	再生プラスチック原料製造から成形品製造への進出
	②	SDGsリサイクル	廃材や廃プラスチック等のリサイクルを活用した事業展開	廃鉛蓄電池のリサイクル事業
	③	アパレル関連事業	リサイクルコットン素材を活用したアパレル事業への参入等のテーマにて展開	リサイクル素材活用による自社のエコブランド構築
	④	容器の開発・製造	脱炭素・カーボンニュートラルを志向した素材の容器を開発・製造	低炭素素材を活用し環境に配慮したカップを製造
	⑤	医療分野の展開	需要が拡大する医療機器向けの部品製造による展開	医療機器へのプラスチック成形部品製造
	⑥	DX・デジタル技術活用	デジタル技術を活用した製造プロセスの合理化、新分野への展開	VR技術のビジネス活用支援
	⑦	衣料等の縫製	既存の縫製に関する強みの活用・生産体制の拡充による新展開	縫製工場のスマートファクトリー化
	⑧	縫製・染色技術の活用	縫製や染色の既存技術を活用した事業展開	縫製工場の新設及び衣料品等製造販売
有望度中	⑨	編物・織物の製造販売	編物・織物技術を活かして新たなニット製品等を開発・製造	帽子の製造技術を活かし、ニット製品市場へ参入
	⑩	医薬品関連事業	医薬品製造プロセスの拡張・合理化	医薬品原料の生成と短納期化
	⑪	半導体関連事業	EV等で需要が拡大する半導体分野への進出	設備導入と自社技術開発による半導体装置への新分野展開
	⑫	体験・ワークショップ事業	地域資源・伝統文化を活かした体験・ワークショップ事業の展開	花火職人体験
	⑬	オンライン接客・商品販売	オンライン技術による非対面型のサービスの展開等のテーマにて事業展開	バーチャル専門ドラッグストア
	⑭	オーダーメイド商品の製造	オーダーメイド化し新たな付加価値を付与した製品の製造	オーダーメイド対応の商品製造ラインの構築

### 3-3 傾向分析結果: 製造業 (化学・繊維) - 有望度低テーマ一覧

#### 製造業 (化学・繊維): テーマの特徴及び採択事業例

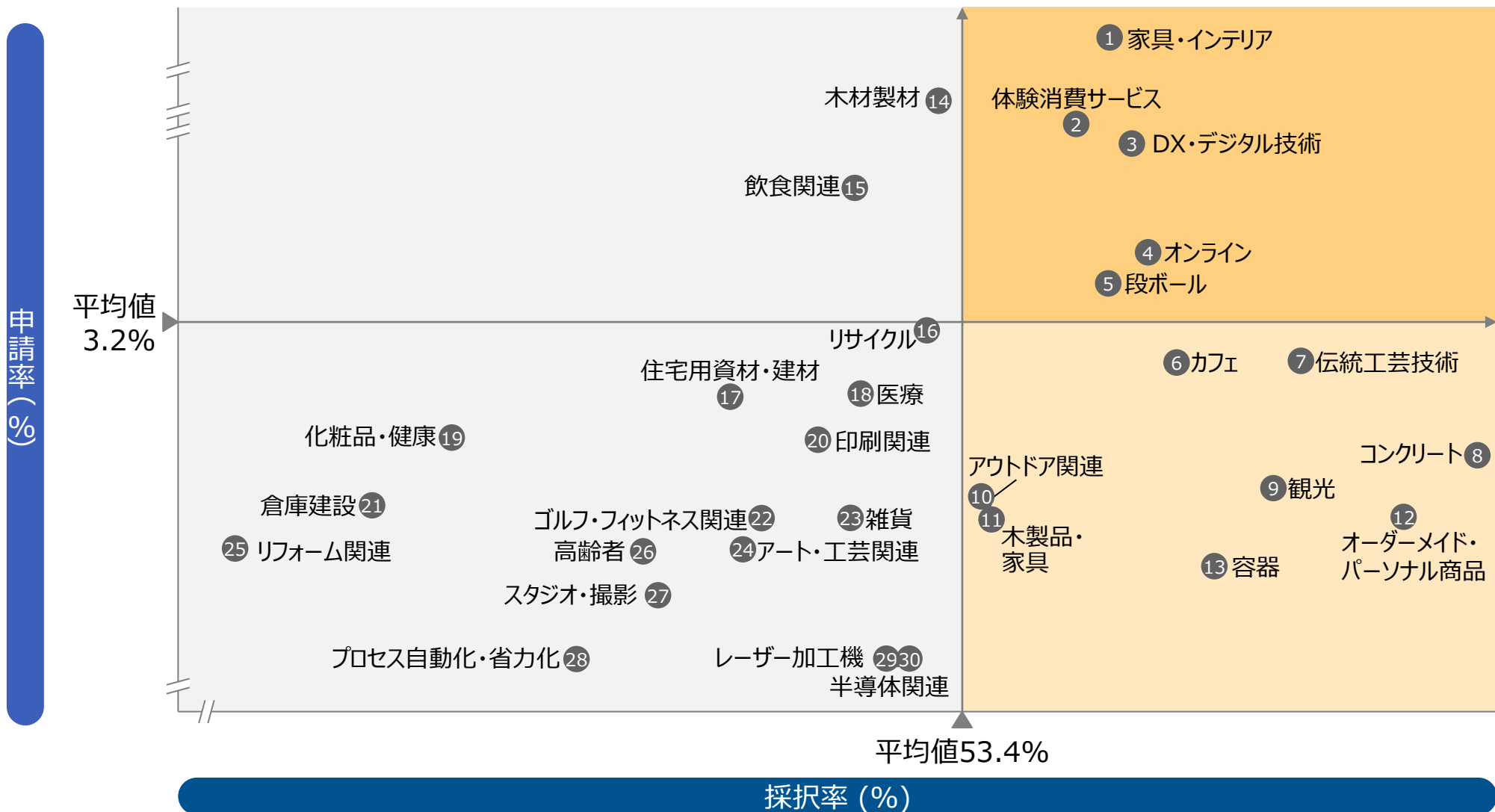
	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	15	EC事業展開	ECサイトを構築することによる販路拡大や新分野への挑戦	自社ECサイトを活用した新商品の販売
	16	美容関連事業の展開	美容・健康に関連した製品の開発・製造	ソリッドコスメの製造・販売事業
	17	観光事業の展開	観光資源を活かした事業や宿泊関連事業を展開	貸別荘事業への新規参入
	18	アウトドア関連商品事業	既存業務の業績下降のため、成長市場であるアウトドア関連事業に進出	アウトドア用品ブランドの展開
	19	刺繍技術の活用・開発	刺繍ノウハウを用いた高機能加工品の製造	下請から自社ブランド品製造販売への事業転換
	20	印刷機・印刷技術の活用	既存の印刷加工技術の活用や印刷機材の導入による新事業展開	既存事業の強みを活かしたテキスタイルプリント事業への転換
	21	倉庫の新設・有効活用	倉庫の新設や倉庫事業の展開	食品倉庫業の運営
	22	飲食関連事業	飲食店向けの装置・システム構築や飲食店の開業	飲食店向けビール受発注システムの構築
	23	塗装事業の展開	既存の塗装技術を活かした他分野への進出	抗菌塗装技術を用いた化粧品メーカー向け塗装への展開
	24	自動裁断機の導入による事業展開	自動裁断機を導入することで需要が増加する医療分野等へ進出	需要が増加する介護用ユニフォーム等の裁断事業への進出
	25	動画撮影・スタジオ事業	撮影スタジオの整備や動画配信事業の展開	撮影スタジオ開設による映像制作サービス事業への挑戦
	26	雑貨・小物の製造・販売	雑貨やキャラクターグッズ等の製造・販売	動物ぬいぐるみの新製品開発事業



### 3-4 傾向分析結果: 製造業 (その他)



製造業 (その他): テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の製造業のその他申請データ1,048件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全36テーマのうち、件数上位30テーマを表示

## 3-4 傾向分析結果: 製造業 (その他) - 有望度高・中テーマ一覧

### 製造業 (その他): テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	家具・インテリア製造販売	家具製造技術を活かしたインテリア生産・オリジナル商品の製造等の展開	古材の利活用による木製家具製造業
	②	体験消費サービス	陶芸体験や滞在空間の提供	伝統工芸品工房を陶芸体験工房・ギャラリーへリノベーション
	③	DX・デジタル技術活用	デジタル技術を活用した製造プロセスの合理化、新分野への進出	無人運転可能な加工設備を有する工場設立
	④	オンライン事業展開	オンライン技術による非対面型のサービスの展開等のテーマにて事業展開	対面式的美顔レッスン教室
	⑤	段ボール製造・販売	既存の紙加工技術を新素材へ転用	EC需要に対応する段ボール製レターパックの製造
有望度中	⑥	カフェ事業	観光資源等を活用したカフェ事業の展開	健康をコンセプトとした工房がはじめる地産地消カフェ
	⑦	伝統工芸技術	伝統技術を活用した製品の開発・製造	既存の製法を現代風に応用した和菓子の製造
	⑧	コンクリート製造・開発	既存技術を用いた新コンクリートの製造	生コンクリートから高強度コンクリート製造に伴う公共工事への新規参入
	⑨	観光関連事業	観光資源を活かした関連事業や宿泊関連事業を展開	古民家活用を通じた観光客受入活性化
	⑩	アウトドア関連事業	既存業務の業績下降のため、成長市場であるアウトドア関連事業に進出	革靴製造技術を活かしたアウトドア商品の製造
	⑪	木製品・家具・の関連事業	既存の木工技術を活用して、オリジナル製品の製造や体験教室を展開	家具製造技術を活かした、木製ユニットハウスの建設事業の展開
	⑫	オーダーメイド・パーソナル商品製造	オンライン技術などを活用したオーダーメイド製品の製造等のテーマにて展開	デジタル技術を活用したオーダーメイドバッグ製作
	⑬	容器製造	脱炭素・カーボンニュートラルを志向した素材の容器を開発・製造	エコな紙製食品容器用等の原紙生産体制の新構築

## 3-4 傾向分析結果: 製造業 (その他) - 有望度低テーマ一覧 (1/2)

### 製造業 (その他): テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	14	木材製材の製造・加工	木材の加工生産体制の拡充、需要が高まっている分野に進出	樹脂と木材を組み合わせた材料の専用製造装置開発
	15	飲食関連事業	食品製造や飲食事業への転換、既存事業の強みを活用	皮革産業から食用肉の活用への事業再構築
	16	リサイクル事業	廃材や廃プラスチック等のリサイクルを活用した事業展開	リサイクル素材を活用した新たなコンクリート製造
	17	住宅用資材・建材	住宅用の新素材の開発や住宅建設プロセスの革新、住宅資材製造技術の活用	木造住宅の基礎部分のコンクリート製造への新展開
	18	医療分野の展開	産業分野向けの既存技術を活用し、他業界へ展開	工業用部品から医療用シリコン部品製造への参入
	19	化粧品・健康事業	化粧品や健康食品の新商品の製造や販路拡大	食用向け素材を新分野である化粧品向け原材料に転用
	20	印刷関連事業	既存の印刷加工技術の活用や印刷機材の導入による新事業展開	最新プリンタ機によるデジタル印刷事業への新展開
	21	倉庫建設による事業展開	倉庫の新設や倉庫・物流事業の展開	地域の特性を活かした物流拠点の構築
	22	ゴルフ・フィットネス関連	インドアゴルフ場やフィットネスクラブ事業への進出、スポーツ用品の製造	軽量アイアンクラブの開発・製造
	23	雑貨製造/販売	既存事業での素材を活かした雑貨・小物の開発・製造	革靴を中心とした革雑貨の受注生産
	24	アート・工芸関連事業	アート・工芸商品の製造・販売・ギャラリー運営、その他関連事業	人形製造業から、工芸品等の修復事業への進出
	25	リフォーム関連事業	住宅や飲食店のリフォーム事業への展開	和室リフォーム事業の開発

## 3-4 傾向分析結果: 製造業 (その他) - 有望度低テーマ一覧 (2/2)

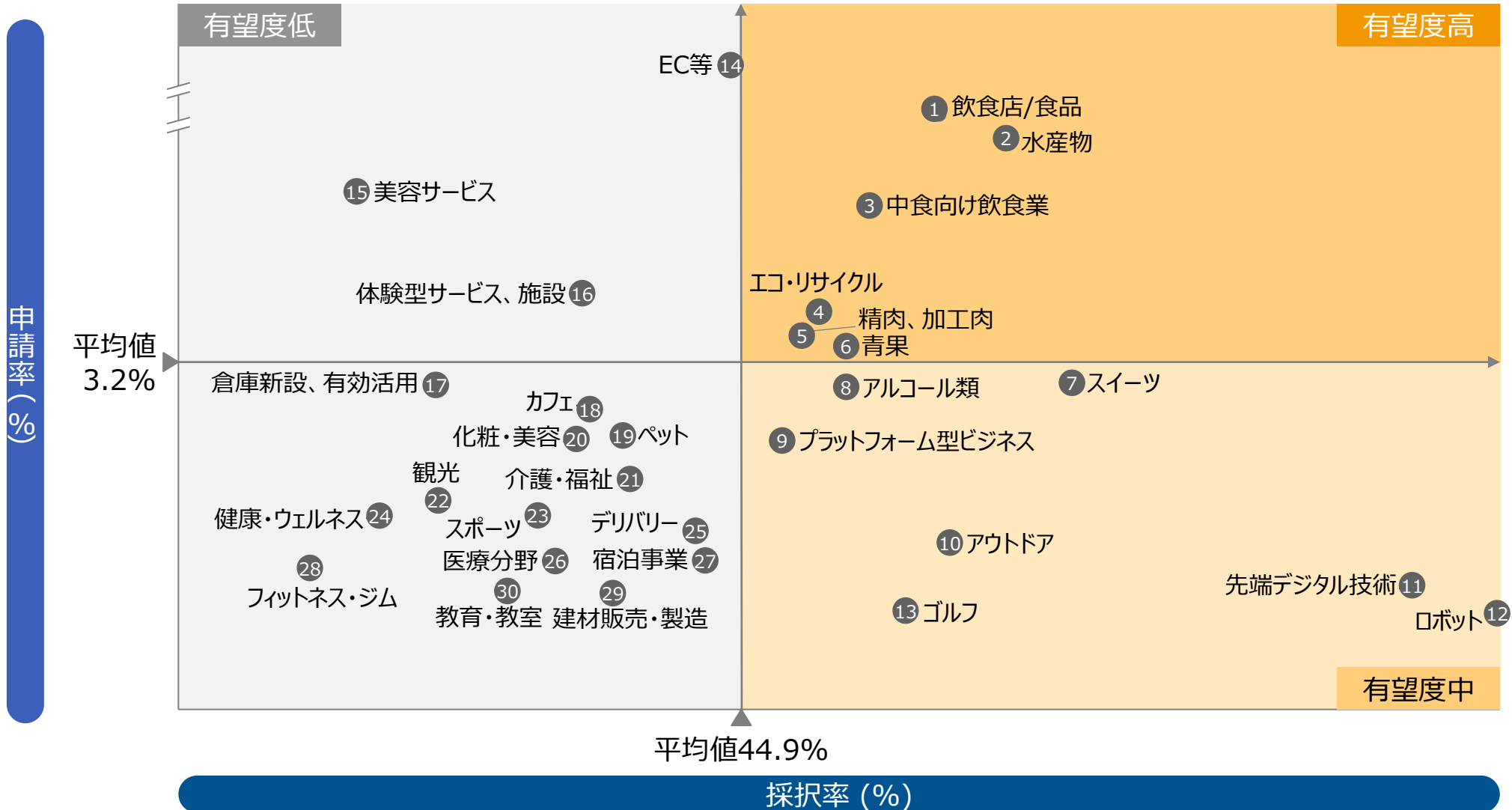
### 製造業 (その他): テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	26	高齢者向けサービス	高齢者向けのサービス (配色) や葬儀サービス等の多数のテーマによる展開	高齢者が向け弁当と福祉施設に届ける配食サービス
	27	スタジオ・撮影事業	段ボール素材のアート製作の知見を活かし、映像制作事業の開始	段ボールアートによる動画配信事業への参入
	28	プロセス自動化・省力化	無人生産化への対応を志向した自動化・省力化プロセスの導入・開発	工作機械メーカーの省人化に資する全体最適な組立品製造
	29	レーザー加工機導入・製造	レーザー関連技術を導入した既存技術の拡張や新分野への展開	レーザー加工機とサーボプレスによる板金部品への展開
	30	半導体関連事業	EV等で需要が拡大する半導体分野への進出	半導体製造装置向け関連部品の切削加工事業へ参入

# 4 傾向分析結果: 卸売業



卸売業: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第3~4回公募の卸売業申請データのうち精査の進んだ2,072件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
注記: 抽出した全44テーマのうち、件数上位30テーマを表示

## 4 傾向分析結果: 卸売業 - 有望度高・中テーマ一覧



### 卸売業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	飲食店/食品販売展開	飲食店の新規オープン、食品の加工販売等による展開	卸販売用食材を調理して飲食事業を開始
	②	水産物販売方法展開	水産物を加工し、ECサイト等を通して消費者に直接販売	ファストフィッシュ加工品を製造、ECサイトで販売
	③	中食向け飲食業の展開	テイクアウト需要に応える、持ち帰り用の弁当惣菜等の調理販売	遊休スペース調理場兼飲食スペースとしてを改装し、卸販売用食材を自社で調理、販売
	④	エコ・リサイクル関連事業	廃棄物のリサイクルや、不用品中古品の買取再販等	使用済み太陽光パネルを高効率で高純度の原料へリサイクルできる新設備を開発、導入
	⑤	精肉、加工肉の製造販売	一般消費者向けに精肉、加工肉の販売を開始	直売所とECサイトを新設して一般消費者へ販売
	⑥	青果の新規販売方法展開	卸販売用の青果を加工して一般消費者に販売	一般顧客をターゲットとした店舗を構え、サラダ・スープ等のテイクアウト販売をスタート
有望度中	⑦	スイーツ製造販売	スイーツ、菓子を製造し店舗やECを通して販売	卸販売用食材の知識、ノウハウを活用して新たにスイーツを製造販売
	⑧	アルコール類の販売	自社で酒類を製造して様々な手法で販売(角打ちやアペロ等)	蒸溜所を開設し、ウイスキーを販売
	⑨	プラットフォーム型ビジネス展開	プラットフォームをWEB上に構築して集客、販売	他社の商品も幅広く取り扱うプラットフォーム型ECサイトを構築
	⑩	アウトドア関連事業展開	アウトドア用品販売やグランピング場の運営	遊休地を活用し、キャンプ施設とサウナ施設をオープン
	⑪	先端デジタル技術の活用	AI, IoT, 仮想現実等の先端デジタル技術を活用	画像認識AIを活用して宝飾品の鑑定サービスを開始
	⑫	ロボットの販売・活用支援	産業用ロボットの販売や、ロボットSier事業への進出	自社での導入経験を活かしたロボットSier事業への進出
	⑬	ゴルフ関連事業	ゴルフ用品の販売や、練習場の開設	24時間営業のシュミレーションゴルフ場を開設

## 4 傾向分析結果: 卸売業 - 有望度低テーマ一覧 (1/2)



### 卸売業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	14	EC等直販	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	WEB接客・コンサルティング機能を備えたECサイトを構築
	15	美容サービス	エステ、脱毛等美容サービスの提供	脱毛・ホワイトニングのセルフ直営店を立ち上げ
	16	体験型サービス、施設展開	地域の自然、伝統文化等の体験施設やサービスの開発	茶器・酒器等の体験型ショールームの設置
	17	倉庫新設、有効活用	物流倉庫の新設や、既存倉庫をリノベーションして店舗や貸しスペース等に転換	倉庫をスーツの販売スペースに改装
	18	カフェの開設/併設	カフェを開設して新たな顧客層を取り込む事業展開	販売スペースや倉庫を縮小して喫茶店スペースを併設
	19	ペット向けビジネス	ペット用品販売や、ペット同伴可能な店舗の展開	廃棄していた水産物加工端材をペットフードに加工して販売
	20	化粧品・美容関連事業	化粧品、美容用品の販売	マスクによる肌荒れに役立つ美顔用噴霧器を製造、販売
	21	介護・福祉事業	高齢者や障がい者の介護サービス展開	介護を希望する依頼者と介護サービス提供者をマッチングするアプリを開発
	22	観光関連事業	観光客向けサービスや、土産物の製造販売	非接触で着物をレンタルできるサービスを開始
	23	スポーツ関連事業	スポーツ用品販売、アスリート向けサービスへの展開	スポーツ施設に無人撮影カメラを設置、アマチュアスポーツの撮影・配信サービスを展開
	24	健康・ウェルネス関連事業	健康食品、器具の販売	工場を新設してグルテンフリー食品を製造、販売
	25	デリバリー	食品や物品のデリバリーサービスの開始	アプリや電話からの簡単デリバリー予約で寝具クリーニングの即日返却を行うサービスを開始

## 4 傾向分析結果: 卸売業 - 有望度低テーマ一覧 (2/2)



### 卸売業: テーマの特徴及び採択事業例

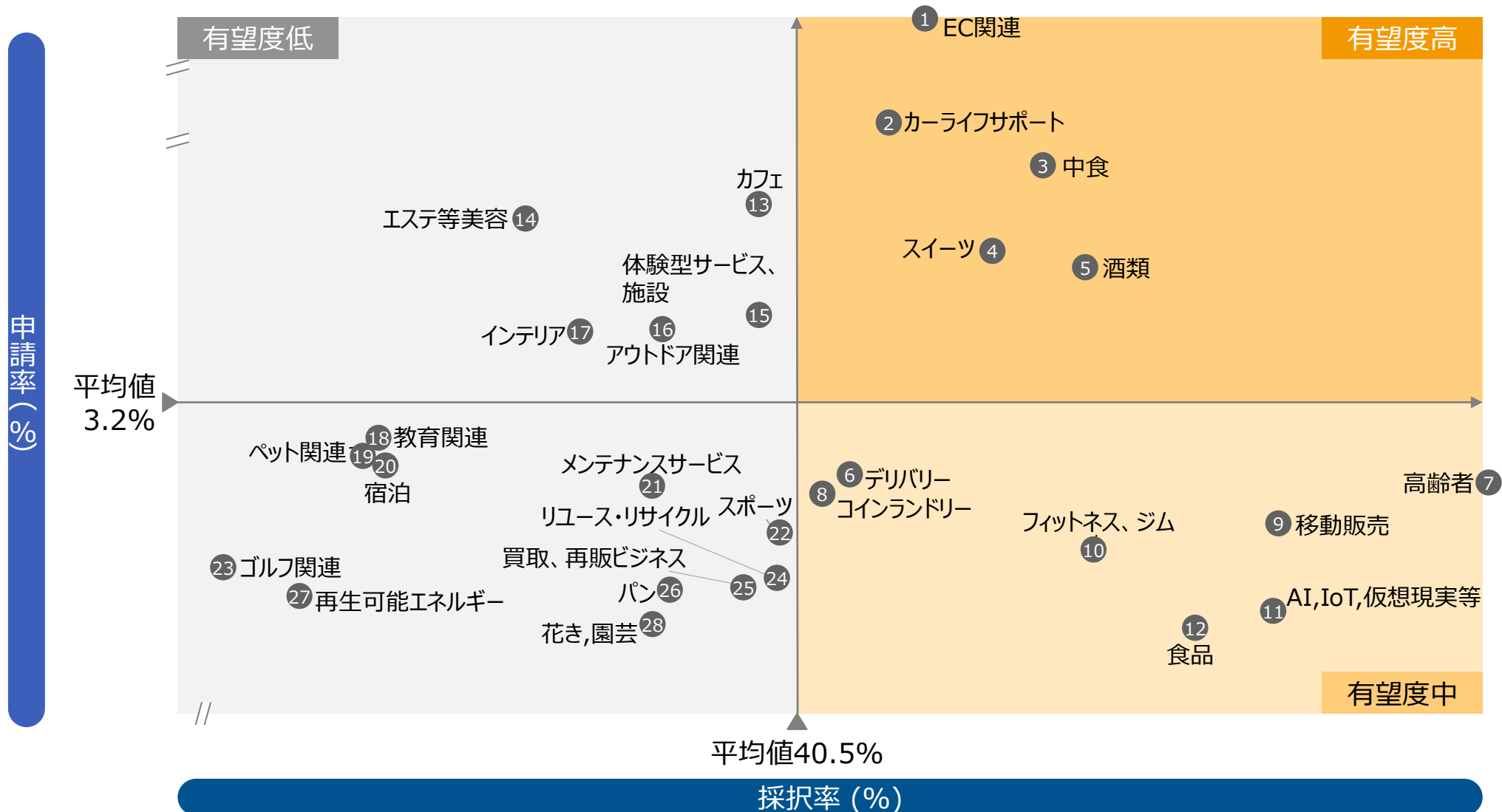
	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	26	医療分野への展開	医療用具や医療機器の製造販売	既存技術を活用して医療機器の製造を開始
	27	宿泊事業の展開	アウトドア型宿泊施設やワーケーション対応型宿泊施設の開設/併設	近隣農家で就農体験ができる宿泊施設の運営
	28	フィットネス・ジム	24時間営業のジムやパーソナルトレーニングジムの開業	トレーニングにメディカルサポート・食事サポートが付いた総合的な健康サービスを提供
	29	建材販売・製造	卸販売用の建材を加工した製品の販売	輸入販売していた資材を自社で成形して販売
	30	教育・教室事業	研修サービスや教室ビジネスの展開	自社のIT技術者が講師を務めるプログラミング教室を開講



## 5 傾向分析結果: 小売業



小売業: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第3~4回公募の小売業申請データのうち精査の進んだ2,420件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全41テーマのうち、件数上位30テーマを表示

## 5 傾向分析結果: 小売業 - 有望度高・中テーマ一覧



### 小売業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	EC関連事業	ECを活用した直販/EC事業者向けサポートサービスの展開	倉庫・物流代行機能等を備えたレンタルオフィスの開設
	②	カーライフサポート関連事業	車両販売・車両リース・損害保険等の自動車サービスへの展開	次世代自動車対応の車検・整備センターの開設
	③	中食向け飲食業展開	弁当、惣菜、テイクアウト等の中食用食品の製造販売	一般消費者に鮮魚を使った商品の製造販売
	④	スイーツ製造販売	巣籠需要増加を受けたスイーツの製造、スイーツ店の展開	豆腐販売から豆腐を用いたスイーツの販売
	⑤	酒類の新たな販売、提供	酒類販売の新たなチャネルへの展開	業務用酒類販売から、一般消費者向けの店内飲食・量り売りへの展開
有望度中	⑥	デリバリー事業展開	既存の店舗販売の仕入れ・販売ノウハウを活かした宅配事業の展開	焼肉・弁当宅配サービス事業の展開
	⑦	高齢者向け事業	高齢者の衣食住や日常生活を支援するサービスの展開	高齢者向け給食事業の展開
	⑧	コインランドリー事業の展開	既存事業の立地条件・周辺環境の特徴を活かしたコインランドリー事業の展開	山間観光地でのコインランドリー事業の展開
	⑨	移動販売事業	既存の店舗販売のノウハウ・商品を活かした移動販売事業の展開	買い物困難者向けの移動販売事業の展開
	⑩	フィットネス、ジム事業	飲食物販売のノウハウを活かした生活習慣改善のフィットネス事業の展開	生活習慣改善に注力したフィットネスの開設
	⑪	AI, IoT, 仮想現実等の先端技術活用	AI, IoT, XR技術等を活用したオーダーメイド品製造やレンタル事業への参入	IoTによる遠隔監視を用いた業務用バッテリーレンタル事業の展開
	⑫	食品の加工・販売	既存商品のうどんや果物等を加工食品化し、製造・販売を実施	看板商品の冷凍食品化・オンライン販売

## 5 傾向分析結果: 小売業 - 有望度低テーマ一覧 (1/2)



### 小売業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	13	カフェ開設/併設	既存の店舗販売していた商品を用いたカフェスペースの開設	古本を活用した絵本カフェの開設
	14	エステ等美容サービス展開	既存事業と重なる顧客セグメント向けに美容サービスの展開	化粧品事業の顧客向けエステ・美容サロンの開設
	15	体験型サービス、施設展開	既存事業の和菓子や酒類、小物等の商品にまつわる製作・製造体験サービスの展開	結婚指輪手作り体験サービスの展開
	16	アウトドア関連事業展開	アウトドア用品販売やグランピング場の運営	キャンピングカー・アウトドア小物販売事業への参入
	17	インテリア製造/販売・コーディネート	家具雑貨等の製造販売や、空間プロデュースへの事業展開	富裕層向けの家具を含めた住空間全体を創り上げる空間サービスの提供
	18	教育関連事業展開	既存事業の生花や呉服・和装小物等の商品にまつわる教育・教室事業の展開	フラワーアレンジメント教室の展開
	19	ペット関連事業展開	既存事業の調達力等を活かしたペット関連商品・サービスの展開	高品質無添加ペットフード事業の展開
	20	宿泊事業の展開	地産品の物販から宿泊事業への新分野展開	物販・宿泊の複合施設の展開
	21	メンテナンスサービス展開	製品の販売事業から、修理・管理・処分等にサービスを拡張	農業機械総合管理サービスの展開
	22	スポーツ振興事業の展開	スポーツ用品販売の顧客基盤を活かしたスポーツ用レンタルスペースの開設	サッカー、テニス等向けコートレンタル事業の展開
	23	ゴルフ関連事業展開	ゴルフレッスン、練習場や用品販売	ハイアマチュア向けゴルフ総合施設の展開
	24	リユース、リサイクル事業の展開	既存顧客のニーズに応じた、IT機器・生活用品等のリユース事業	テレワーク対応向けリユースPCサービスの提供

## 5 傾向分析結果: 小売業 - 有望度低テーマ一覧 (2/2)

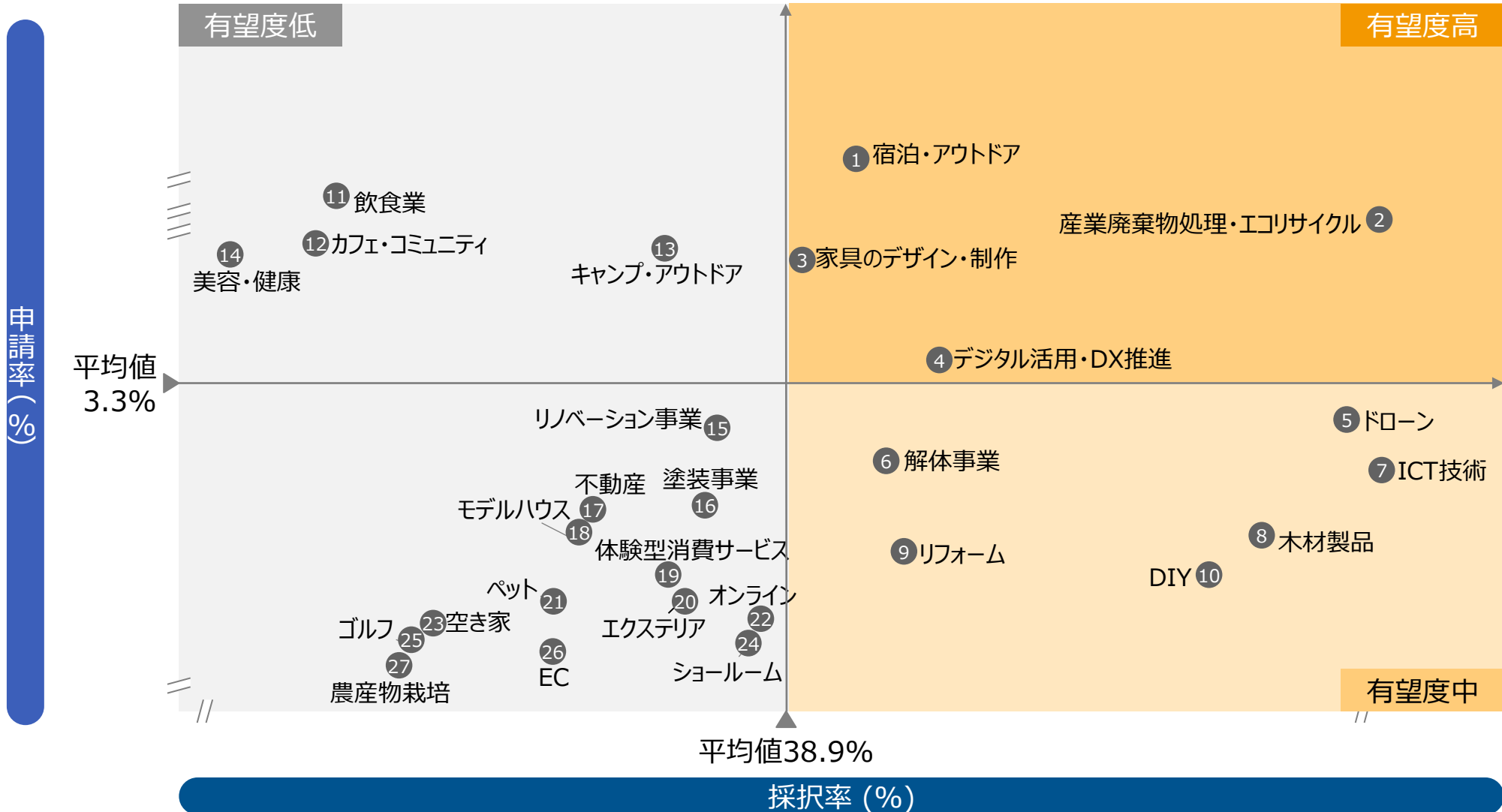


### 小売業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	25	買取、再販ビジネスの展開	リユース品の買取、販売用のオンラインストア構築 プラットフォームの提供	オンライン買取・販売サイト構築サービスの 展開
	26	パン製造販売	パンの製造販売やベーカリーショップの開設	仕入れ販売から地産地消を取り入れた 菓子パン製造の展開
	27	再生可能エネルギーの推進	カーボンニュートラルを見据えた再生可能エネルギー事業 への展開	一般家庭向け太陽光・蓄電池事業への 参入
	28	花き,園芸関連事業	既存の生花事業をもとにしたECやギャラリー等への展開	自宅用生花のオンラインサブスクサービスの 展開

## 6 傾向分析結果: 建設業

 建設業: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第3~4回公募の建設業申請データのうち精査の進んだ3,175件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全54テーマのうち、件数上位30テーマを表示

## 6 傾向分析結果: 建設業 - 有望度高・中テーマ一覧



### 建設業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	1	宿泊・アウトドア事業・地域活性化	アウトドア設備等付加価値を付与した宿泊施設の展開	離島でのホテル事業
	2	産業廃棄物処理・エコリサイクル事業	SDGsに関わる再利用全般での事業展開	中間処理場への展開
	3	家具のデザイン・制作	家具製造技術を活かしたインテリア生産・オリジナル商品の製造等への展開	コロナ対応特注家具の製造販売
	4	デジタル活用・DX推進	デジタル技術を活用した製造プロセスの合理化、新分野進出	IoT体感型モデルハウスを利用したIoT機器設置事業
有望度中	5	ドローンの活用	ドローンを活用した点検業務の推進、ドローンスクールの運営	ドローンを利用して外壁調・屋根調査
	6	解体事業の展開	空き家解体参入から始まる環境循環型ビジネスモデル構築事業	古材再利用による空き家問題解決
	7	ICT技術の活用	ICT技術の活用による建設や検査プロセスの合理化	ICT建機による業務体制の再構築
	8	木材製品の製造・販売	木材の加工生産体制の拡充、需要が高まっている分野に進出	地元の木材を活用した在来型木造建築向け製材事業への展開
	9	リフォーム事業	中古住宅や空き家のリフォーム・リノベーション事業の展開	賃貸マンションの現状回復事業の強みを活かした中古物件リノベーション事業
	10	DIY事業の展開	DIYキットの製造販売やスクール運営事業の展開	DIY家具キットの販売提供

## 6 傾向分析結果: 建設業 - 有望度低テーマ一覧 (1/2)



### 建設業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	11	飲食業への転換	中古物件や古民家を活用した飲食事業の展開	ドライブスルーゴーストキッチンの賃貸・運営事業
	12	カフェ・コミュニティ事業の展開	観光資源等を活用したカフェ事業の展開	ショールーム的な位置づけのカフェを新設
	13	キャンプ・アウトドア事業への展開	キャンプ・グランピング施設の新設	温泉付きグランピング施設運営
	14	美容・健康事業への展開	エステ、脱毛等美容サービスの提供等への展開	移動美容室・セルフエステサロン
	15	リノベーション事業	中古物件や空き家のリノベーション事業の展開	古民家リノベーション事業への新規参入
	16	塗装事業の新展開	塗装業の強みを活かした他事業への進出等の事業展開	建築塗装の技術力を活かして工業塗装へ進出
	17	不動産事業の展開	リフォーム技術等の強みを活かして不動産取引業に進出	リフォーム業と不動産売買仲介業による事業展開
	18	モデルハウス事業	無人・VRモデルハウス等の新しいタイプのモデルハウス事業の展開	IoTを活用した非接触型無人モデルハウス
	19	体験型消費サービス	DIY体験や滞在空間の提供・スクール運営	ワイン製造体験できる一棟貸切民泊施設

## 6 傾向分析結果：建設業 - 有望度低テーマ一覧 (2/2)



### 建設業：テーマの特徴及び採択事業例

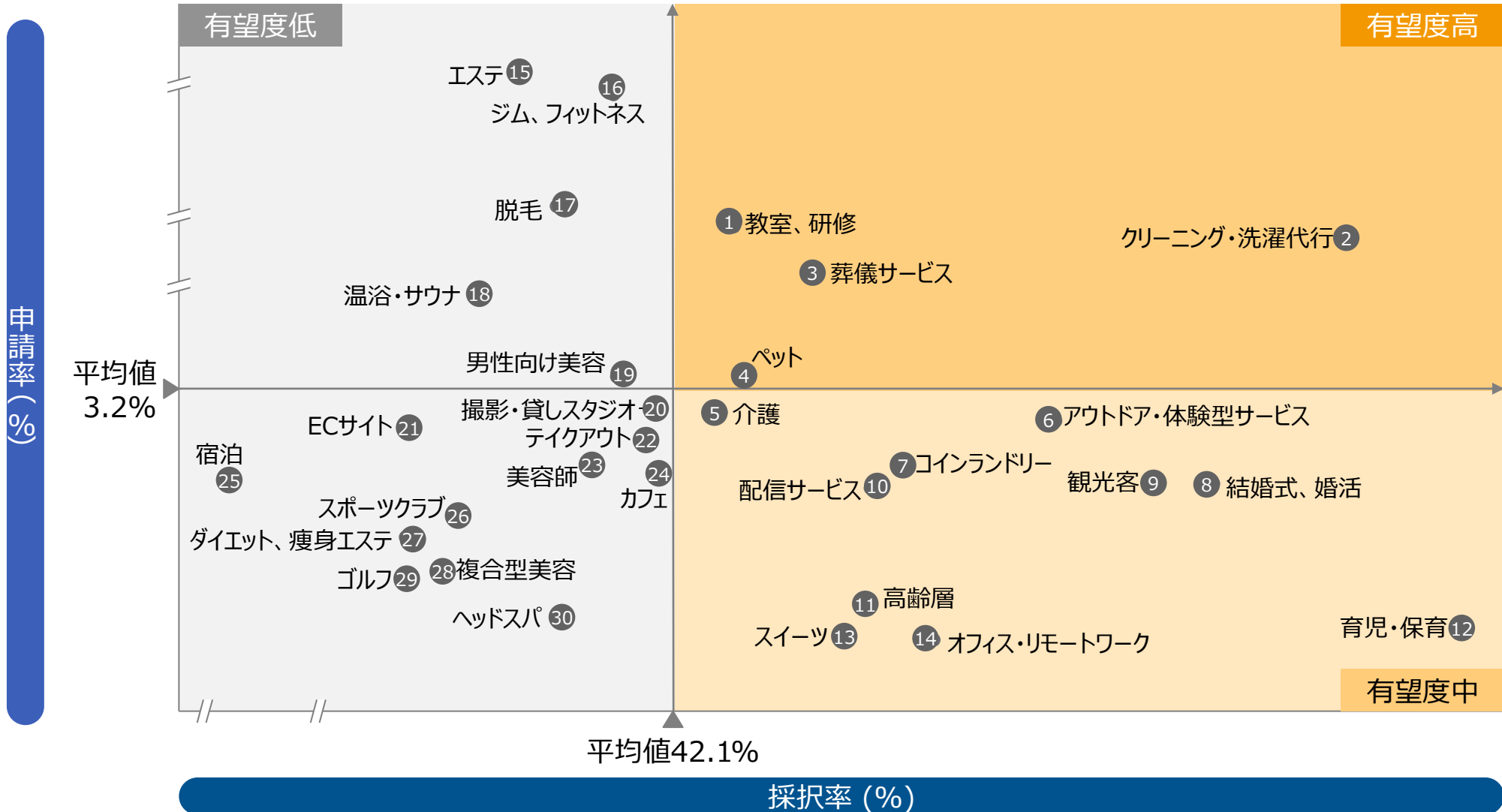
	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	20	エクステリア関連事業	需要が拡大すると考えられるエクステリア・外構え事業への進出	左官技術を活用したエクステリア事業への進出
	21	ペット関連事業の展開	需要が拡大しているペット市場への進出	ペット同伴キャンプ場・ドッグランの運営
	22	オンライン事業展開	オンライン技術による非対面型のサービスの展開等のテーマにて事業展開	リフォーム事業の集客・商談のオンライン化
	23	空き家関連ビジネス	近年、増大している空き家のリフォームやワーケーションスポット等での活用	空き家を利活用するシェアスペース事業
	24	ショールーム開設	コロナ禍で有効な無人ショールームやバーチャル型ショールーム等への展開	VRショールーム・営業所を新設
	25	ゴルフ関連事業	個室シミュレーションゴルフや無人型ゴルフ練習場の運営	非接触型の室内ゴルフ練習場
	26	EC事業の展開	ECサイトを構築することによる販路拡大や新分野への挑戦	住宅コンテナハウスのEC事業展開
	27	農産物栽培事業	建設機械・技術の活用によるの産物栽培事業への展開	建設機械の活用による果物栽培をサポートする農地整備事業



# 7 傾向分析結果：生活関連サービス・娯楽業



生活関連サービス・娯楽業：テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第3~4回公募の生活関連サービス・娯楽業申請データのうち精査の進んだ2,275件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記：抽出した全38テーマのうち、件数上位30テーマを表示

# 7 傾向分析結果：生活関連サービス・娯楽業 - 有望度高・中テーマ一覧

## 生活関連サービス・娯楽業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	教室、研修事業の展開	スポーツ、音楽等趣味の習い事教室や、美容師等専門職向けの研修	映像制作事業を活かしたオンラインスクールの開講
	②	クリーニング、洗濯代行サービスの展開	衣服、布団等を対象にデリバリーや衛生対策等で非接触に工夫	布団クリーニングのデリバリーサービス事業
	③	葬儀サービスの新展開	核家族化の進行やコロナ禍による小規模葬儀のニーズへの対応	小規模葬儀に特化した葬儀会館の整備
	④	ペット関連事業	人間の葬儀で培った参列者の気持ちに寄り添う葬儀のノウハウを活かし、ペット向け葬儀事業を施行	葬儀業のノウハウを活かしたペット葬儀事業への参入
有望度中	⑤	介護関連事業	高齢者や障がい者の介護サービス展開	介護施設利用者の衣類の洗濯事業への参入
	⑥	アウトドアを中心とした・体験型サービス	グランピングやキャンプ等アウトドア事業の展開	ゴルフ場、ホテル、温泉施設と併設したグランピング事業の実施
	⑦	コインランドリー事業の展開	既存事業の立地条件・周辺環境の特徴を活かしたコインランドリー事業の展開	駅前立地を生かしたクリーニングとコインランドリーによる洗濯のワンストップサービス
	⑧	結婚式、婚活関連事業	コロナ禍による結婚式需要減少の中、フォトウェディングや美容小物・衣装レンタルを実施	フォトウェディング向け美容小物・衣装のレンタル事業
	⑨	観光客向け事業展開	オンラインでのガイド・観光ツアーや、団体客から個人客向けの集客を実施	ガイド付きサイクリングツアーからオンラインによるセルフガイドツアーへの展開
	⑩	配信サービス関連事業	音楽、演劇におけるオンライン化、配信推進等の事業展開	児童演劇をライブ&アーカイブ配信で提供
	⑪	高齢層向けサービス	高齢者の衣食住や日常生活を支援するサービスの展開	高齢者向けの機能改善及び免疫力向上プログラムの提供
	⑫	育児・保育関連サポート事業	子育て世代の女性向けに安らぎや喜びを届けるサービスの提供	子育て日記アプリのデータをもとにしたフォトブックの提供
	⑬	スイーツ製造販売	巣籠需要増加を受けたスイーツの製造、スイーツ店の展開	地域の食材を利用した、無添加スイーツの製造とインターネットを通じた販売を実施
	⑭	オフィス、リモートワーク向けサービス	法人や個人向けにオフィススペースの貸し出し、ワーケーション対応	大自然の中のワーケーション向け貸別荘事業

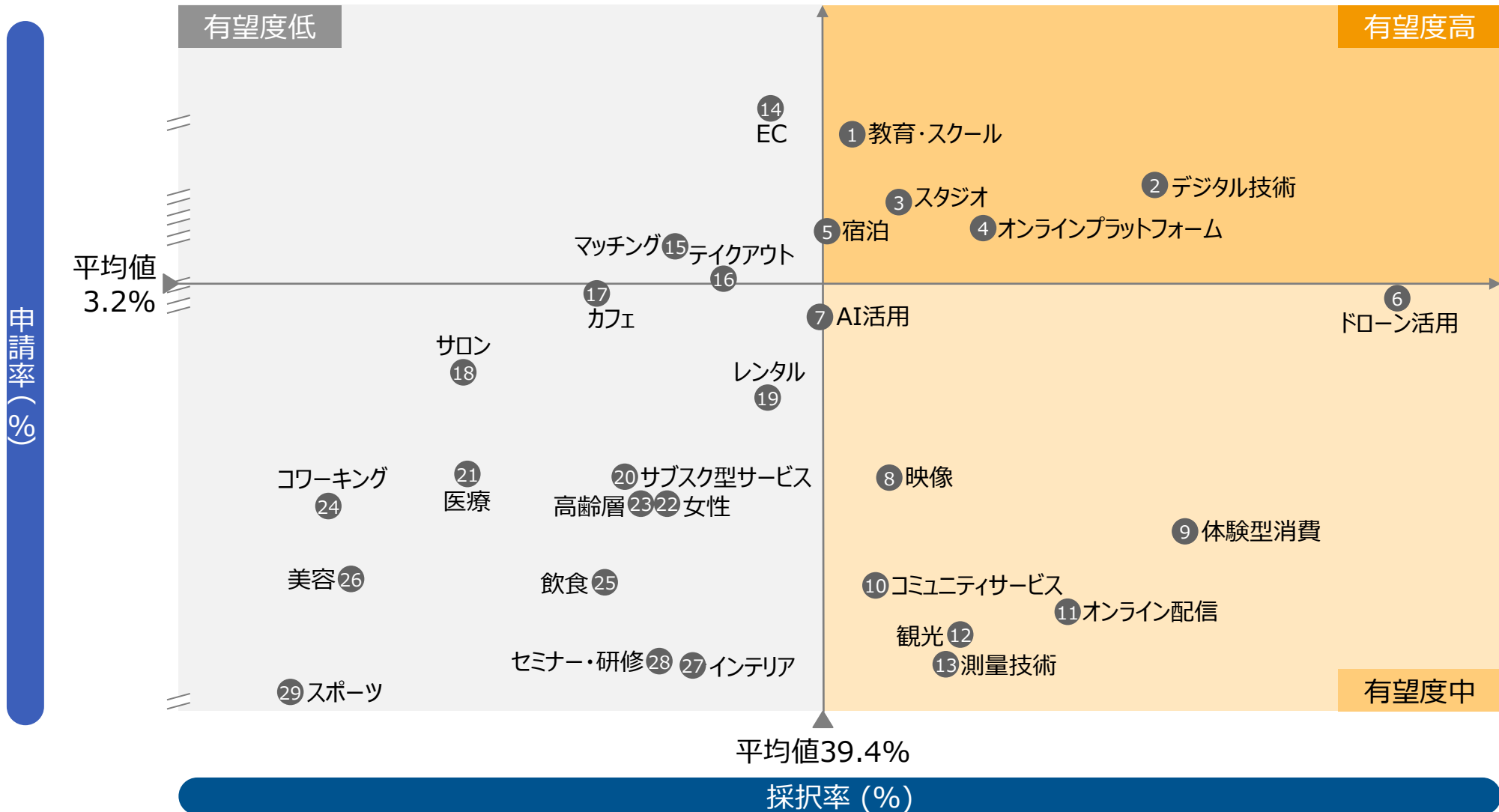
# 7 傾向分析結果：生活関連サービス・娯楽業 - 有望度低テーマ一覧

## 生活関連サービス・娯楽業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	15	エステ事業展開	非対面、非接触型の美容セルフサービスで新たな顧客層を獲得	非対面型美容エステサロンの展開
	16	ジム、フィットネス関連事業	生活習慣・運動習慣改善のフィットネス事業の展開	エステ技術を生かしたセルフエステ・パーソナルジムを提供するフィットネス事業
	17	脱毛サービスの提供	美容室の空きスペースを利用した脱毛サービスやセルフ脱毛サービスの提供	美容室の空きスペースで待ち時間に脱毛サービスを提供
	18	温浴、サウナ等のリラクゼーション事業	非接触や個室を中心とした温浴、サウナ施設の展開	完全ネット予約、個室による1人用サウナ事業
	19	男性向け美容事業の展開(脱毛、エステ等)	男性向けに特化した脱毛、エステ等の美容サービスへの展開	個室でのセルフメンズ脱毛サロンを開設
	20	撮影、貸しスタジオ等のサービス提供	結婚式、成人式等がコロナ禍で減る中、フォトウェディングやフォトスタジオ事業へ参入	ハウススタジオ開設により記念日の思い出を残すフォト事業を展開
	21	ECサイトでの商品販売	ECを活用した直販/EC事業者向けサポートサービスへの展開	洋服のお直しサービスのEC展開
	22	テイクアウト	テイクアウト需要に応える、持ち帰り用の弁当惣菜等の調理販売	家事料理代行業務から、テイクアウト弁当の製造への参入
	23	美容師向けサービス展開	美容師の起業支援や美容室・顧客とのマッチング	シェア型の美容室やフリーランス美容師向けのレンタルスペース事業
	24	カフェ事業	カフェ開設による観光客や地元客の取り込みの実現	旅行代理店業による旅をテーマとしたカフェの設営
	25	宿泊事業の展開	コロナ禍を受けて需要を増す一棟貸切型等の宿泊事業への新分野への展開	自然回帰をテーマとした宿泊・滞在サービスの展開
	26	スポーツクラブの運営や特定・スポーツ振興	スポーツを通じた健康増進や地域振興の推進	アスリートを目指す学生向け指導クラブの立ち上げ
	27	ダイエット、痩身エステ事業展開	非対面、非接触型のセルフサービスで新たな顧客層を獲得	セルフエステサービスの提供
	28	複合型美容サービスの提供	美容室やエステサロンによるトータルビューティーサービスへの展開	ヘアスタイリストとアイリスト双方の技術を持つ人材育成によるトータルビューティーサロンの展開
29	ゴルフ関連事業の展開	ゴルフレッスン、練習場や用品販売への展開	若年層向けシュミレーションゴルフ事業の展開	
30	ヘッドスパ	美容室・美容サロン等によるヘッドスパ事業への参入	美容サロンによる働く女性向けのヘッドスパ参入	

# 8 傾向分析結果: 学術研究/専門・技術サービス業

🎓 学術研究/専門・技術サービス業: 事業テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の学術研究, 専門・技術サービス業申請データのうち精査の進んだ2,559件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全46テーマのうち、件数上位30テーマを表示

## 8 傾向分析結果: 学術研究/専門・技術サービス業 - 有望度高・中テーマ一覧

### 学術研究/専門・技術サービス業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	教育・スクール関連事業	プログラミングやロボット教室等の教育ビジネスに関する多数のテーマが存在	産業用ロボット教育事業の開始
	②	デジタル技術の活用	デジタル技術の導入による業務フローの合理化や新たなサービスの立案等多数のテーマが存在	職業訓練支援システムのクラウド提供による自治体DX化の推進
	③	スタジオ関連事業	空き不動産を活用した動画撮影スタジオ事業等の事業テーマを展開	CG背景専用の動画配信スタジオの運営
	④	オンラインプラットフォーム事業	オンラインプラットフォーム構築による参加者や情報を繋ぐビジネスの展開	記帳支援プラットフォームビジネス
	⑤	宿泊関連事業	ワーケーションやリモートワーク等を意識した宿泊事業に関するテーマ等、ウィズコロナを意識した事業を展開	非接触型コテージ運営
有望度中	⑥	ドローン技術の活用	ドローンを点検や運送に活用した業務が目立つ。ドローン操縦のスクールについての申請も存在。	安定操縦技術を活かしたドローン運送事業
	⑦	AI活用システム・サービス展開	AIを活用したビジネスプロセスの合理化、新規ビジネスへの展開	AI耐震診断・維持管理サービスの開発
	⑧	映像関連事業	コロナ禍においてニーズが拡大した映像の製作や配信に関する事業展開	ドローン撮影を使用したオーダーメイド映像の制作
	⑨	体験型消費サービス	地域の自然、伝統文化等の体験施設やサービスの開発	農家体験のグリーンツーリズム事業
	⑩	コミュニティサービス事業	参加者同士の相乗効果を図るコミュニティを創出する場の提供	地域を活性化させるコミュニティオフィス
	⑪	オンライン配信関連事業	コロナ禍でニーズが拡大した動画配信による広告展開や音楽配信に関するテーマ多数	TV通販とライブコマースの融合
	⑫	観光関連事業	観光事業にスポットを当てたシステムの構築やサービスの展開	観光名所の歴史や文化がわかるAR観光ガイドサービス
	⑬	測量技術の活用・展開	3Dスキャナやドローン等の機器の導入による測量関連事業の展開	レーザースキャナーによる3D測量データを活用した新分野展開

## 8 傾向分析結果: 学術研究/専門・技術サービス業 - 有望度低テーマ一覧 (1/2)

### 学術研究/専門・技術サービス業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	14	EC構築・提供	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	食品廃棄を解決するオンラインショップ運営
	15	マッチング関連事業	商材や人材のマッチングを図るサービスに関する事業展開	ゲーム業界の人材不足を解決する人材マッチング事業
	16	テイクアウト関連事業	テイクアウト需要に応える、持ち帰り用の弁当惣菜等の調理販売	イベントとキッチンカーのコラボレーション
	17	カフェ関連事業	カフェ開設による観光客や地元客の取り込みの実現	おしゃれ空間をデザインし提供する海岸ベーカリーカフェ
	18	サロン事業	ペットサロンや美容・脱毛サロン等のテーマが存在	感染リスクと美容効果を両立したセルフサロン事業の展開
	19	レンタル関連事業	機器・車両・衣裳等の現行業務を活かしたレンタル事業の展開	ECサイトを用いたレンタル事業の全国展開
	20	サブスク型サービス提供	商品や空き不動産スペースのサブスクリプションサービス等多数のテーマが存在	苗・生花のサブスクリプションサービス事業
	21	医療関連事業	コロナ禍や高齢化等を背景に需要が拡大する医療に焦点を当てた事業展開	医療機関のコストダウンに貢献する産業廃棄物処理サービスの展開
	22	女性ターゲット事業	職場や消費活動において女性をターゲットとした事業に関する事業の展開	女性を育てるキャリアスクール事業
	23	高齢層向け事業	高齢層向けの配膳サービス等、高齢化社会で需要が増すと見られるサービスの展開	高齢者を対象とする家族受取信託事業
	24	コワーキング・ワーケーション事業	コロナ禍で需要が拡大するコワーキングやワーケーションに関する事業展開、観光資源との組み合わせや空きスペースの活用等のテーマが目立つ	ワーケーション型非接触コワーキングスペース事業

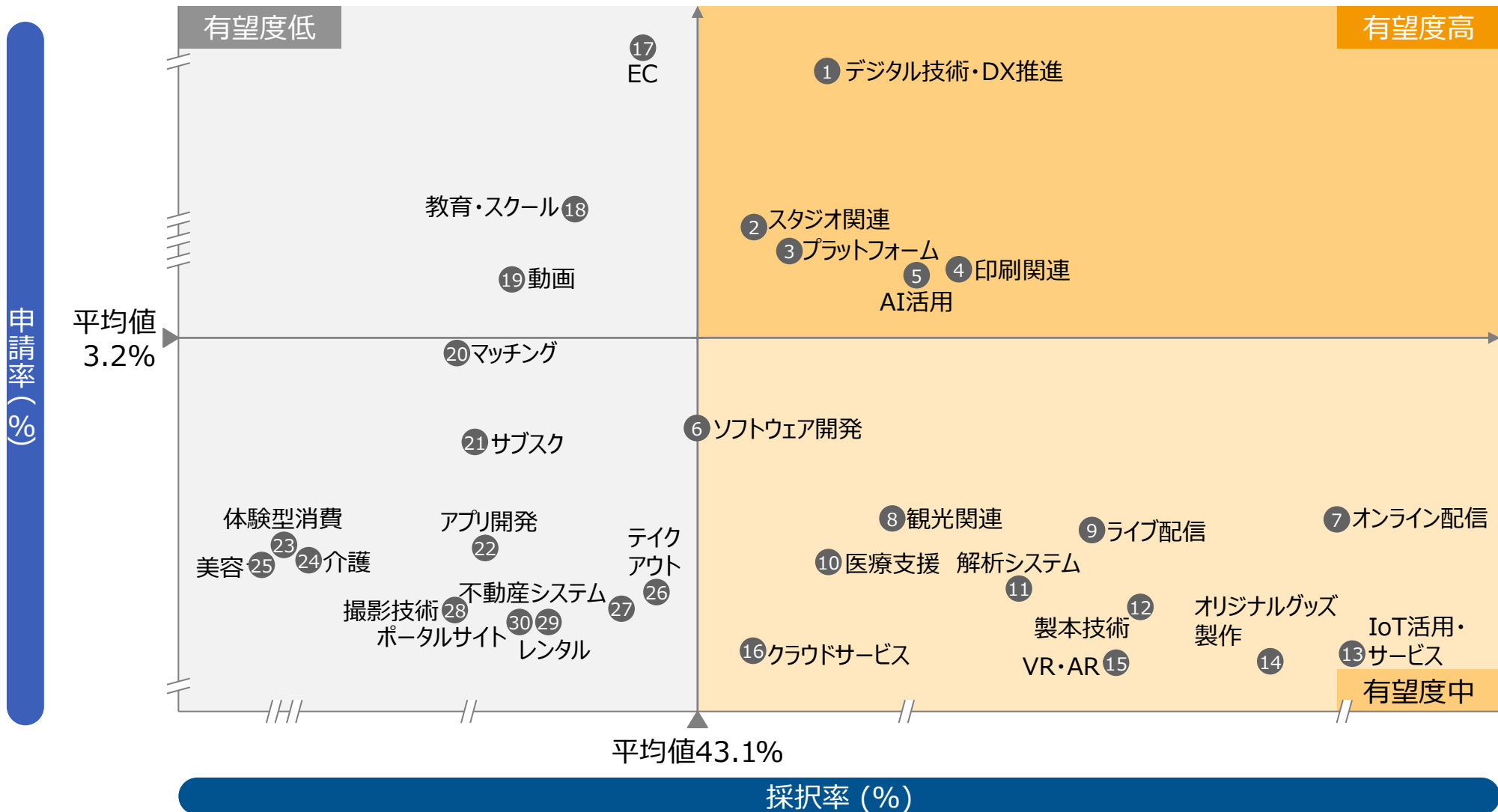
## 8 傾向分析結果: 学術研究/専門・技術サービス業 - 有望度低テーマ一覧 (2/2)

### 学術研究/専門・技術サービス業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	25	飲食関連事業	既存設備を活用したデリバリーやレストラン対応、 新たな設備を導入した店舗展開	最新衛生設備とDXを導入したレストラン 運営
	26	美容関連事業	エステ、脱毛等美容サービスの提供等、美容に関する 多数のテーマが存在	セミセルフ型エステ店運営に進出
	27	インテリア関連事業	インテリアのネット店舗での販売や廃材を用いたインテリア の製造等コロナ禍特有のテーマ多数	インテリア建材の廃棄ロスを資源に 活用する事業
	28	セミナー・研修関連事業	Webカンファレンスやセミナー等のオンライン展開等 コロナ禍で需要が増したテーマが多数存在	Web会議やセミナー開催及び学会等の ネット配信支援
	29	スポーツ関連事業	スポーツ練習施設や地域に根ざしたスポーツ事業等の テーマが存在	地域活性化拠点としての多目的グラウンド 設立計画

# 9 傾向分析結果: 情報通信業

情報通信業: 事業テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の情報通信業申請データのうち精査の進んだ2,468件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全46テーマのうち、件数上位30テーマを表示



# 9 傾向分析結果：情報通信業 - 有望度高・中テーマ一覧



## 情報通信業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	デジタル技術活用・DX推進	デジタル技術の導入による業務フローの合理化や新たなサービスの立案等多数のテーマが存在	デジタルによる店舗運営改革と非接触型オペレーションの構築
	②	スタジオ関連事業	動画撮影や音楽収録のスタジオの運営・レンタル事業の展開	デジタルハイブリッド型スタジオへの業態転換
	③	オンラインプラットフォーム事業	オンラインプラットフォーム構築による参加者や情報を繋ぐビジネスの展開	専門情報誌をとりまとめた総合プラットフォームサービスの開発
	④	印刷関連事業の展開	抗ウイルス印刷等独自性の高い印刷技術の活用等の事業テーマが存在	印刷技術を活用した抗ウイルス・抗菌シートの生産
	⑤	AI活用システム・サービス展開	AI技術を活用した既存事業の拡張や新サービスの展開	AIデザイン生成技術を使った デザイン会社から包装資材商社への業種転換
有望度中	⑥	ソフトウェア・システム開発・提供	多様な業種に向けたソフトウェアの開発に関する多数のテーマが存在	企業向けロボットソリューションの開発販売
	⑦	オンライン配信関連事業	オンライン配信基盤の構築やサービス展開、動画配信に関する申請多数	自治体向け防災アプリとオンライン販売ツールの開発
	⑧	観光関連事業	観光事業にスポットを当てたシステムの構築やサービスの展開	観光事業者に向けた観光体験プラットフォーム開発
	⑨	ライブ配信関連事業	コロナ禍でニーズが増した動画や音楽のライブ配信に関連する事業	3Dバーチャルライブのオンライン配信サービス
	⑩	医療支援事業	医療サービスに固有の課題に対するソリューション開発・提供	ブロックチェーン技術を活用した医療データ関連事業
	⑪	解析システム・サービスの展開	AIやデータサイエンス技術を利用した解析システムやサービス提供	SNSデータを利用した分析ツール開発
	⑫	製本技術の活用	製本関連技術を利用した事業の展開についての多数のテーマが存在	製本技術によるオリジナル文具・雑貨の制作
	⑬	IoT活用・サービス展開	IoTを活用したビジネスプロセスの合理化、新規ビジネスへの展開	IoT技術を活用した物流管理サポートサービス
	⑭	オリジナルグッズ製作・販売	独自の技術や素材を活かしたオリジナル商品の製作・販売	PET素材等への印刷技術を活用したグッズ制作
	⑮	VR・AR技術の活用	コロナ禍での非接触ニーズに対応するVRを活用した展示会サービス等の事業展開	XR技術を活用した住宅等営業支援サービス
	⑯	クラウドサービス構築・展開	クラウド型のアプリケーションやサービスの展開	クラウド型整備業システムの開発

# 9 傾向分析結果：情報通信業 - 有望度低テーマ一覧

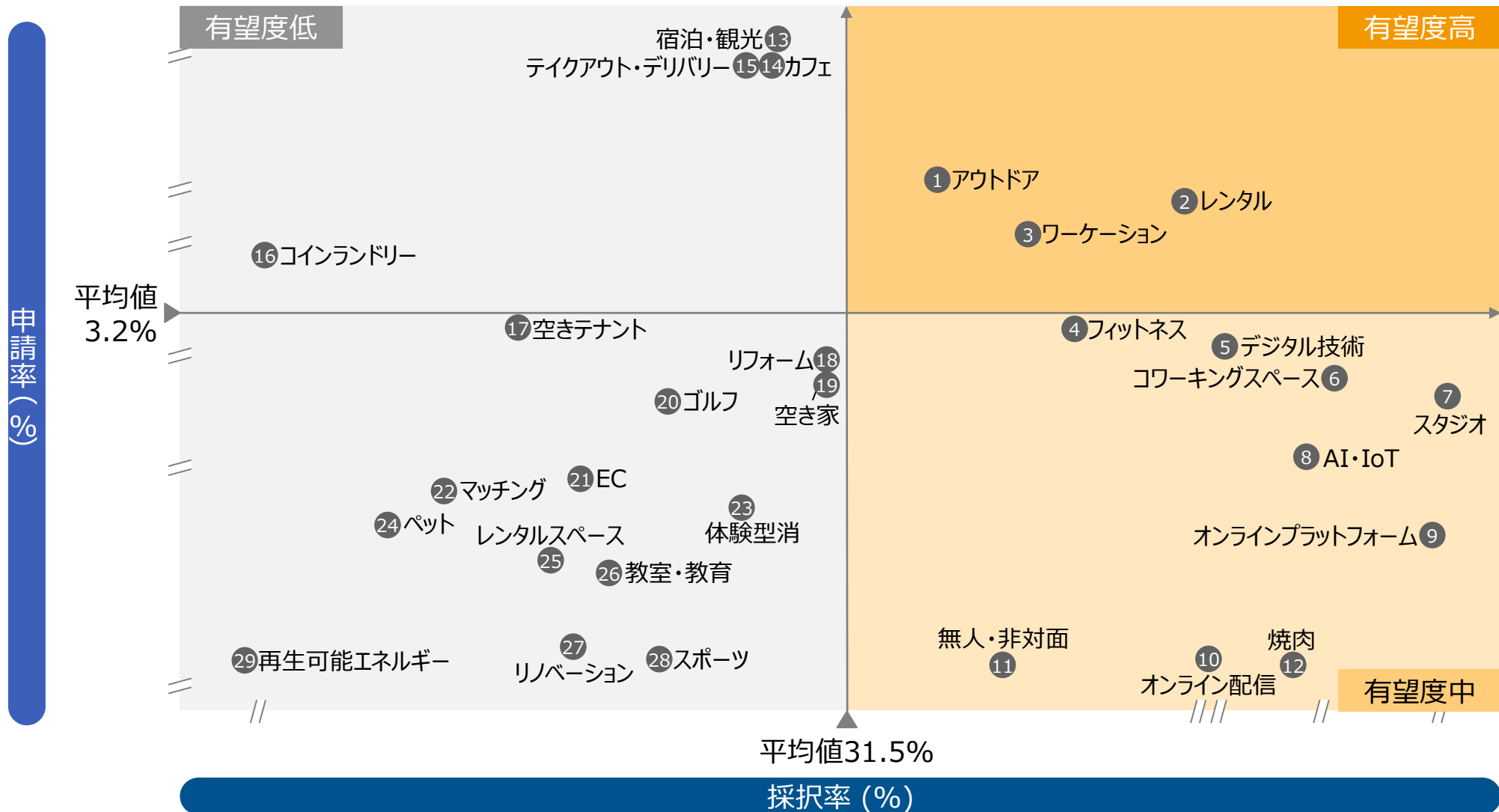


## 情報通信業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	17	EC構築・提供	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	中華食材のECサイト、アプリでの販売
	18	教育・スクール関連事業	プログラミングやロボット教室等の教育ビジネスに関する多数のテーマが存在	子供向けICT教室
	19	動画関連事業	広告展開等の動画コンテンツの製作や配信に関連するテーマが多数存在	企業向け動画編集制作事業
	20	マッチング関連事業	商材や人材のマッチングを図るサービスに関する事業展開	フードロス低減に繋がる食材マッチングシステム
	21	サブスク型サービス提供	商品や空き不動産スペースのサブスクリプションサービス等多数のテーマが存在	キャンプ場サブスクリプションサービス
	22	アプリ開発・運営	多様な業種に向けたアプリ開発に関する多数のテーマが存在	飲食デリバリーアプリ事業
	23	体験型消費サービス	地域の自然、伝統文化等の体験施設やサービスの開発	地域交流型ワーケーション体験施設の運営
	24	介護関連事業	高齢者や障がい者の介護サービス展開	介護事業者のオンラインリハビリ指導が可能になるアプリ開発
	25	美容関連事業	エステ、脱毛等美容サービスの提供等、美容に関する多数のテーマが存在	非対面セルフ美容エステ事業
	26	テイクアウト関連事業	テイクアウト需要に応える、持ち帰り用の弁当惣菜等の調理販売	グルテンフリー商品を提供するテイクアウト事業
	27	不動産システム事業	不動産情報の管理やマッチングにIT技術を活用	不動産売買DX化での開かれた不動産売買マーケットの構築
	28	撮影技術の活用	既存の撮影技術を利用したオンライン配信やドローン撮影等のテーマが存在	ドローンの自動飛行・撮影による現地状況リモート管理
	29	レンタル関連事業	機材のレンタル事業の展開、システム関連機器やキッチンカーのレンタル等多数のテーマがある	ゲーム・AI・VR分野のデータ処理システム機材のレンタル事業への新分野展開
30	ポータルサイト構築・運営	多様な業種に向けたポータル開発に関するテーマが存在	地域特化の住宅ポータルサイト運営	

# 10 傾向分析結果: 不動産業・物品賃貸業

不動産業・物品賃貸業：事業テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の不動産・物品賃貸業申請データのうち精査の進んだ1,737件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全35テーマのうち、件数上位30テーマを表示

# 10 傾向分析結果: 不動産業・物品賃貸業 - 有望度高・中テーマ一覧

## 不動産業・物品賃貸業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	アウトドア事業	コロナ禍でニーズが増したグランピング等のアウトドア施設事業の展開	札幌市近郊における食育ファーム グランピング構築事業
	②	レンタル関連事業	店舗やキッチンカー等のレンタルに関する多数のテーマが存在	内装付きレンタル店舗・事務所計画
	③	ワーケーション・リモートワーク 関連事業	コロナ禍で需要が拡大するワーケーションに関する事業展開、観光資源の組み合わせや空きスペースの活用等のテーマが目立つ	民泊からワーケーションサービスへの転換
有望度中	④	フィットネス事業	24時間営業のジムや無人のパーソナルトレーニングジム等の開業	24時間型フィットネスジム運営
	⑤	デジタル技術の活用・DX推進	DXによる自動化・省人化を企図したシステムの導入	不動産管理会社のDX化を支援する クラウドサービス
	⑥	コワーキングスペース事業	コロナ禍で需要が増加してきているコワーキングスペースを展開。遊休資産を活用する事例もある	不動産管理業開始に伴う駅前店舗建設 とコワーキングスペース事業
	⑦	スタジオ関連事業	空き不動産を活用した動画撮影スタジオ事業等の事業テーマを展開	オンラインイベント専用のスタジオ構築
	⑧	AI・IoT関連事業	AI・IoTを活用したビジネスプロセスの合理化、新規ビジネスへの展開	AI監視カメラシステムによるパーキング管理
	⑨	オンラインプラットフォーム事業	オンラインプラットフォーム構築による参加者や情報を繋ぐビジネスの展開	中古不動産売買マッチングプラットフォーム
	⑩	オンライン配信事業	コロナ禍でニーズが拡大した動画配信による広告展開や音楽配信に関するテーマ多数	リモート配信によるイベント開催支援
	⑪	無人・非対面サービス	コロナ禍で需要がある無人・非対面サービスに関する事業テーマ	無人で販売できる冷凍自動販売機
	⑫	焼肉関連事業	焼肉店の新規出店に関する事業展開	接触機会を最小限にする焼肉店事業

# 10 傾向分析結果：不動産業・物品賃貸業 - 有望度低テーマ一覧 (1/2)

## 不動産業・物品賃貸業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	13	宿泊関連事業	観光スポットの設立、宿泊・アウトドア施設の新設・展開	空きビルを活用した新たな宿泊形態
	14	カフェ関連事業	カフェ開設による観光客や地元客の取り込みの実現	ウィズコロナ対応全面開放テラスカフェ
	15	テイクアウト・デリバリー	コロナ禍で需要が拡大した飲食のテイクアウトやデリバリーに関する事業テーマ	非対面を徹底したアフターコロナのテイクアウト事業
	16	コインランドリー	既存事業の立地条件・周辺環境の特徴を活かしたコインランドリー事業の展開	IoT技術を用いたコインランドリー事業
	17	空きテナントの活用	コロナ禍で増加した空きテナントを他の用途に転用	空きテナントを利用したフレキシブルオフィス事業
	18	リフォーム関連事業	住宅や飲食店のリフォーム事業への展開	移住体験サービスとワーケーション住宅のリフォーム事業
	19	空き家活用	空き家を改装してカフェや宿泊施設として運営	空き家の古家具・古材リメイク販売業
	20	ゴルフ関連事業	インドアゴルフ場や無人ゴルフシミュレーション施設に関する事業テーマ	完全予約制室内ゴルフ練習施設
	21	EC構築・活用	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	建設機械の間接材のECサイト構築
	22	マッチング関連事業	商材や人材のマッチングを図るサービスに関する事業展開	低廉不動産のマッチングサービス
	23	体験型消費サービス	多様な業種に向けたアプリ開発に関する多数のテーマが存在	農園と自然の体験型テーマパーク
	24	ペット関連事業	カフェやドッグラン等のペット同伴可能な施設をオープン	ペット可コワーキング・シェアオフィス事業
	25	レンタルスペース事業	コロナ禍にて発生した空き不動産にて、レンタルスペースを新たに展開	空きスペースの自動貸し出しシステムの開発

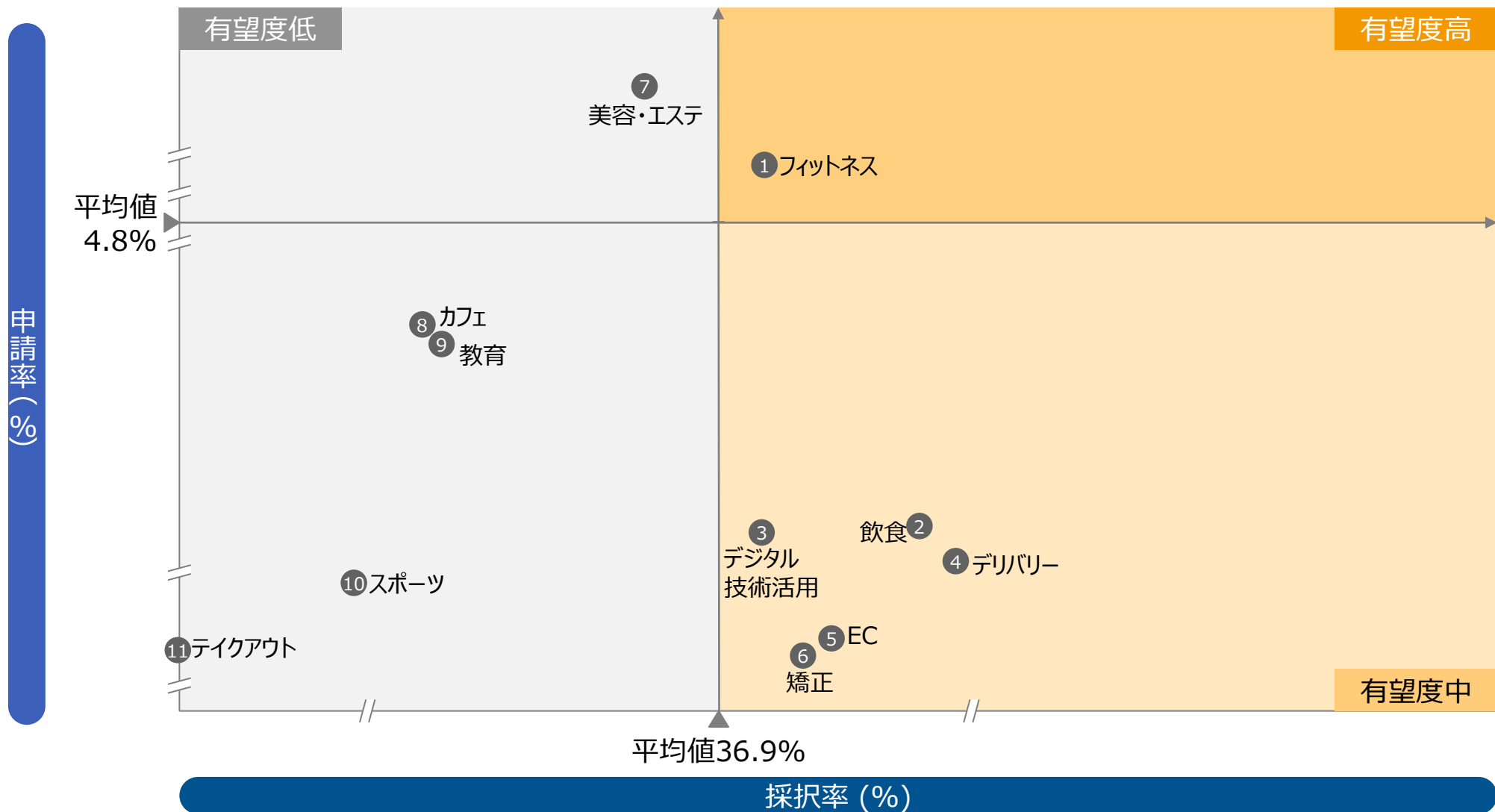
## 10 傾向分析結果：不動産業・物品賃貸業 - 有望度低テーマ一覧 (2/2)

### 不動産業・物品賃貸業：テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	26	教室・教育関連事業	プログラミングやロボット教室等の教育ビジネスに関する多数のテーマが存在	小学生児童対象のロボットプログラミング教室
	27	リノベーション関連事業	空き家等の不動産をリノベーションした上で事業に活用	歴史的建造物リノベーションによる複合施設の運営事業
	28	スポーツ関連事業	スポーツ練習施設や地域に根ざしたスポーツ事業等のテーマが存在	廃体育館を全天候型のスポーツ施設へ改装
	29	再生可能エネルギー関連事業	再生可能エネルギーの発電や保守管理に関連する事業テーマ	ドローンを利用した再生可能エネルギー関連保守管理サービス

# 11 傾向分析結果: 医療・福祉業

医療・福祉業: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の医療・福祉業申請データのうち精査の進んだ1,226件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合

# 11 傾向分析結果: 医療・福祉業 - 有望度高・中テーマ一覧

## 医療・福祉業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	フィットネス関連事業	コロナ禍でも展開可能な個室のフィットネスジム等多数のテーマが存在	コロナ禍でも安全に利用できるデジタルフィットネスジムによる、地域の健康増進事業
有望度中	②	飲食関連事業	設備を活用したデリバリーやレストラン対応、製造への展開	トレーニングと飲食の複合施設運営
	③	デジタル技術の活用	DXによる自動化・省人化を企図したシステムの導入等	AI・IoT機器を活用したリハビリデイサービス
	④	デリバリー関連事業	食品や物品のデリバリーサービスの開始	高齢者向け宅配食事業
	⑤	EC構築・提供	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	健康用品のライブコマース販売
	⑥	矯正関連サービス	新たな機材やICT技術を活用した矯正歯科等に代表される事業テーマ	新素材マウスピース矯正の提供による医療体制の確立



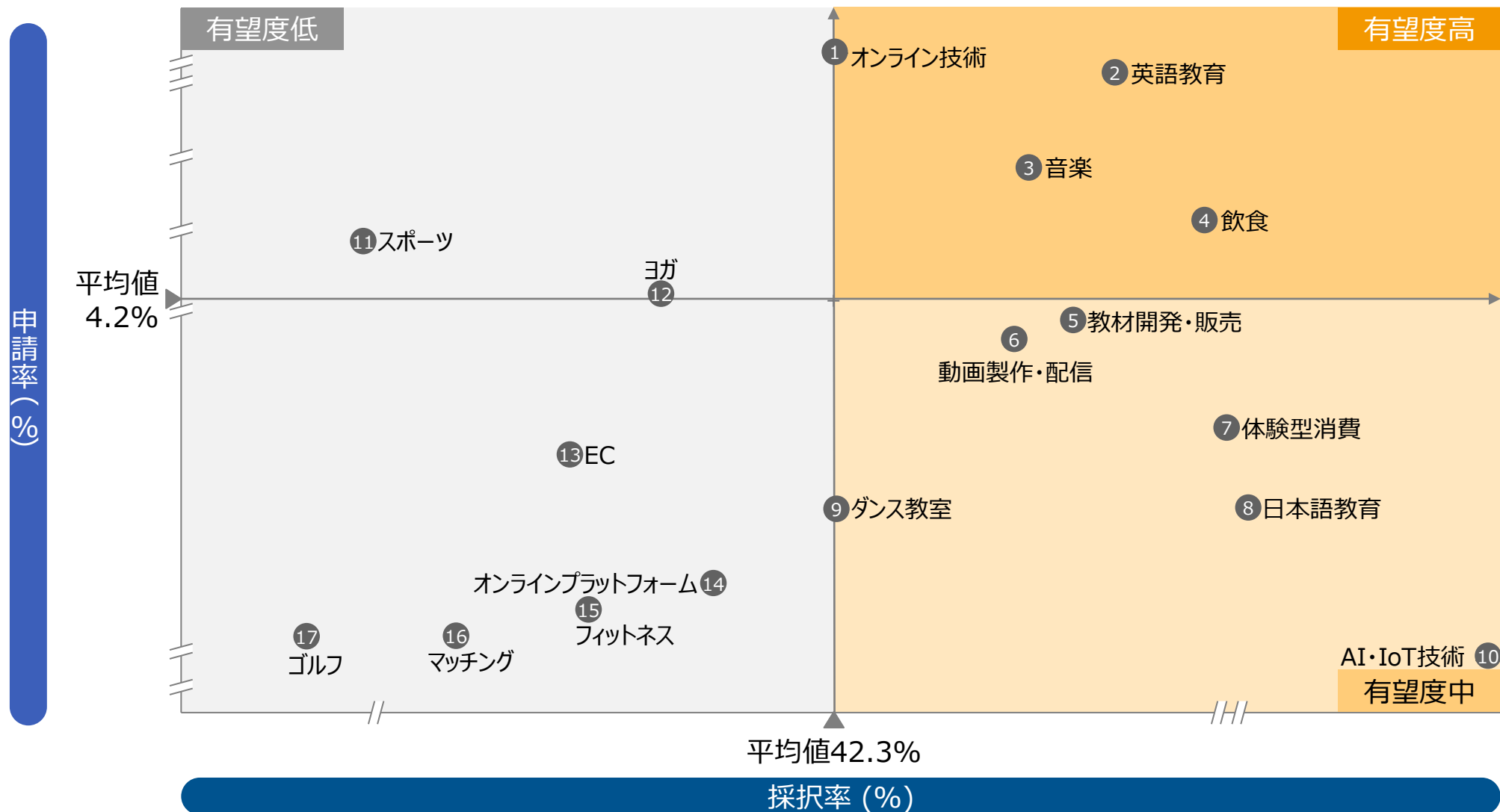
# 11 傾向分析結果: 医療・福祉業 - 有望度低テーマ一覧

## 医療・福祉業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	7	美容・エステ関連事業	エステ、脱毛等美容サービスの提供	非接触型セルフエステティックサロン
	8	カフェ事業	カフェを開設して新たな顧客層を取り込む事業展開	健康食材を活用したカフェ・弁当事業
	9	教育関連事業	研修サービスや教室ビジネスの展開	eスポーツ教育プログラム
	10	スポーツ関連事業	スポーツ練習施設や地域に根ざしたスポーツ事業等のテーマが存在	スポーツに特化したトレーニングプログラム提供事業
	11	テイクアウト関連事業	テイクアウト需要に応える、持ち帰り用の弁当惣菜等の調理販売	非接触推進型店舗によるテイクアウト事業

## 12 傾向分析結果: 教育・学習支援業

教育・学習支援業: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募の教育・学習支援業申請データのうち精査の進んだ778件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合

## 12 傾向分析結果: 教育・学習支援業 - 有望度高・中テーマ一覧

### 教育・学習支援業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	オンライン技術の活用	オンライン技術による非対面型のサービスの展開等のテーマにて事業展開	オンライン試験・学習システムの開発
	②	英語教育関連事業	英語レッスンの非対面実施等、コロナ禍を意識した事業展開に関するテーマ多数	非対面型オンライングローバル英会話 スクール×キャリア教育事業への業態転換
	③	音楽関連事業	音楽レッスンの非対面実施や音楽スタジオ等の展開	オンライン設備を活用した音楽教室事業 展開と楽器類販売事業の再構築
	④	飲食関連事業	設備を活用したデリバリーやレストラン対応、製造への展開	個室焼き肉店の経営
有望度中	⑤	教材開発・販売事業	デジタル教材の開発等に関するテーマ多数	AIオンライン教材開発事業
	⑥	動画製作・配信関連事業	動画コンテンツの製作や配信に関連するテーマが多数存在	動画サイトを活用したオンライン茶道教室
	⑦	体験型消費サービス	多様な業種に向けたアプリ開発に関する多数のテーマが存在	自然と芸能を体感する体験型宿泊サービス
	⑧	日本語教育関連事業	外国人向けの日本語教育やオンライン日本語授業等に関する事業展開	オンラインによる日本語教育システム
	⑨	ダンス教室関連事業	ダンスレッスンスタジオの新設やオンラインレッスン等の事業展開	地域開放型ダンスホールの開設
	⑩	AI・IoT技術の活用	AI・IoT技術を活用した教育効果の向上や新サービスの展開	AI搭載の学習システム開発事業

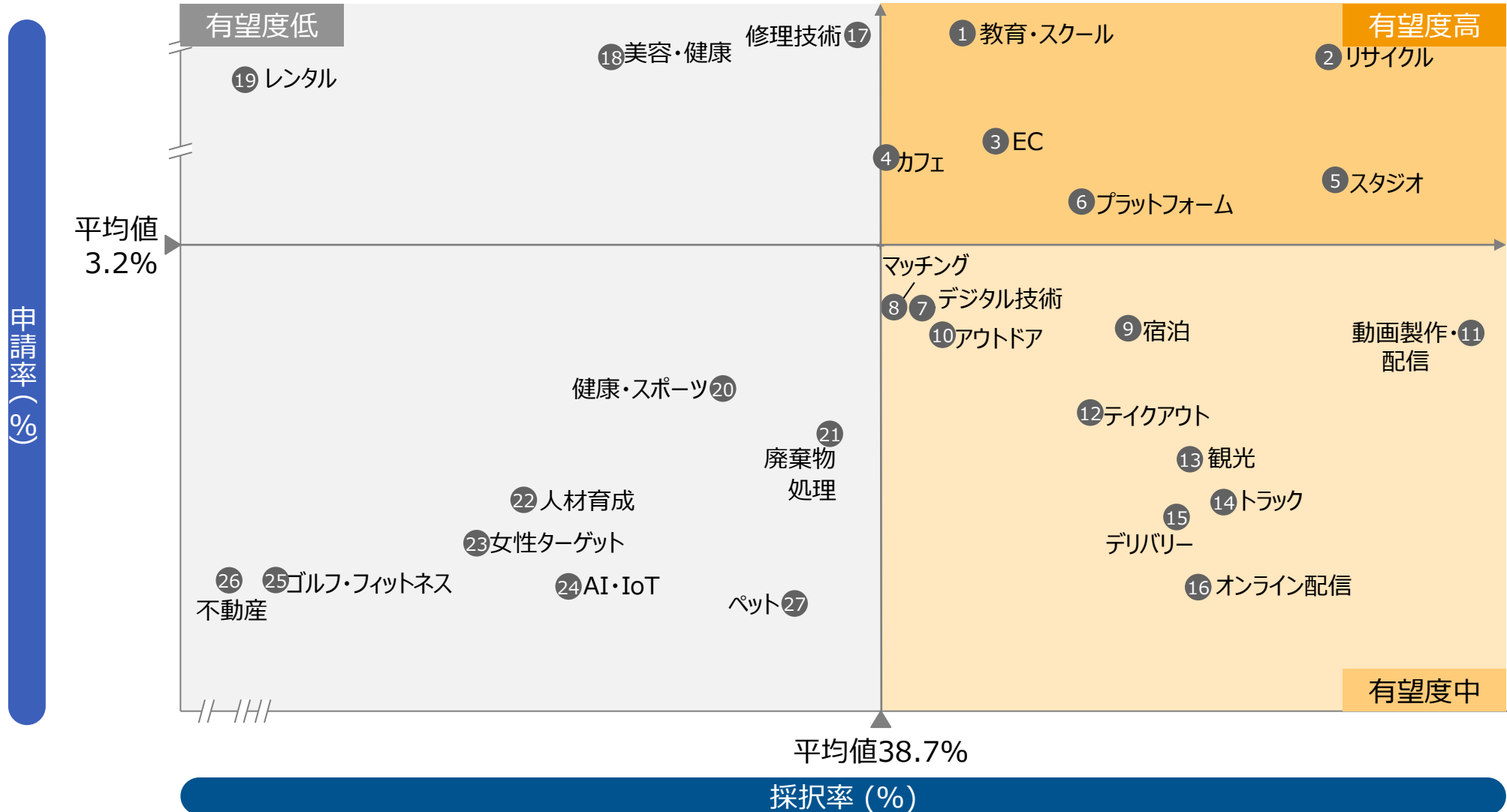
## 12 傾向分析結果: 教育・学習支援業 - 有望度低テーマ一覧

### 教育・学習支援業: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	11	スポーツ関連事業	スポーツ練習施設や地域に根ざしたスポーツ事業等のテーマが存在	スポーツ特化型学童保育
	12	ヨガ教室関連事業	ヨガスタジオの新設やヨガに関するオンラインレッスンの提供に関するテーマが存在	合宿型ヨガ資格スクール事業
	13	EC構築・提供	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	冷凍パンの製造・ECサイトでの販売
	14	オンラインプラットフォーム事業	オンラインプラットフォーム構築による参加者や情報を繋ぐビジネスの展開	語学学習総合オンラインプラットフォーム
	15	フィットネス関連事業	24時間営業のジムや無人のパーソナルトレーニングジム等の開業	ストレッチ特化型フィットネスジム
	16	マッチング関連事業	商材や人材のマッチングを図るサービスに関する事業展開	会員制アートマッチングプラットフォーム
	17	ゴルフ関連事業	無人ゴルフ練習場やゴルフシミュレーション施設等の事業展開	24時間練習場一体化ゴルフスクール事業

# 13 傾向分析結果: サービス業 (他に分類されないもの)

サービス業 (他に分類されないもの): テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募のサービス業(他に分類されないもの)申請データのうち精査の進んだ2,193件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
 注記: 抽出した全45テーマのうち、件数上位30テーマを表示

# 13 傾向分析結果: サービス業 (他に分類されないもの) - 有望度高・中テーマ一覧

## サービス業(他に分類されないもの): テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	教育・スクール関連事業	プログラミングやロボット教室等の教育ビジネスに関する多数のテーマが存在	ドローン活用による農業推進と次世代ICT技術者輩出の取組
	②	リサイクル関連事業	廃材・プラスチック等のリサイクル事業の展開、SDGs関連のテーマ多数	太陽光パネル大廃棄時代に向けた『太陽光パネル処分業』への参入
	③	EC構築・提供	ECサイトや通販を介して自社商品を販売	生ビールテイクアウト、E C販売事業
	④	カフェ関連事業	カフェ開設による観光客や地元客の取り込みの実現	コワーキングスペースとカフェの運営
	⑤	スタジオ関連事業	動画撮影や音楽収録のスタジオの運営・レンタル事業の展開	バイク専門のポータルサイト・撮影スタジオの運営
	⑥	オンラインプラットフォーム事業	オンラインプラットフォーム構築による参加者や情報を繋ぐビジネスの展開	移住プラットフォームWebアプリケーションの開発
有望度中	⑦	デジタル技術の活用	デジタル技術の導入による業務フローの合理化や新たなサービスの立案等多数のテーマが存在	デジタル技術の活用による非接触対応の自動車整備業
	⑧	マッチング関連事業	商材や人材のマッチングを図るサービスに関する事業展開	ジョブマッチングシステムサイトの開発・運営
	⑨	宿泊関連事業	ワーケーションやリモートワーク等を意識した宿泊事業に関するテーマ等、ウィズコロナを意識した事業を展開	一棟貸しヴィラの開業計画
	⑩	アウトドア関連事業	グランピングやキャンプ等アウトドア事業展開	テレワーク対応キャンプ場サービス
	⑪	動画製作・配信サービス	広告展開等の動画コンテンツの製作や配信に関連するテーマが多数存在	動画等のコンテンツ制作・発信事業への進出
	⑫	テイクアウト関連事業	テイクアウト需要に応える、持ち帰り用の弁当惣菜等の調理販売	惣菜・弁当販売とサブスク形式でのテイクアウトサービス
	⑬	観光関連事業	観光事業にスポットを当てたシステムの構築やサービスの展開	熱気球観光フライト事業
	⑭	トラック関連事業	トラックの整備や板金塗装に関するテーマが存在	大型トラックの整備とメンテナンス塗装の融合
	⑮	デリバリー関連事業	食品や物品のデリバリーサービスの開始	先端冷凍技術導入による高齢者向け宅配弁当
	⑯	オンライン配信関連事業	コロナ禍でニーズが拡大した動画配信による広告展開や音楽配信に関するテーマ多数	オンラインイベント配信事業への転換

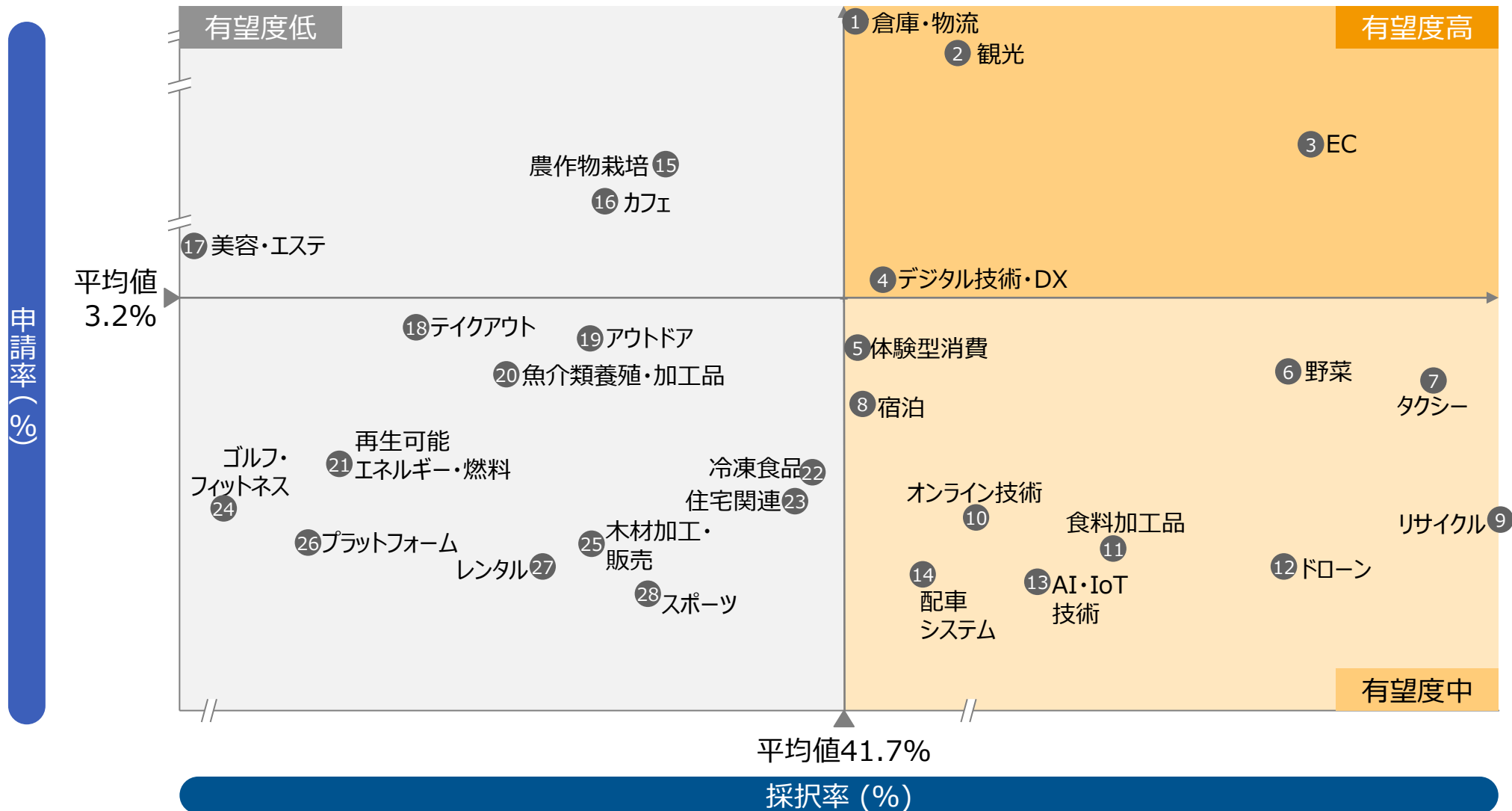
# 13 傾向分析結果: サービス業 (他に分類されないもの) - 有望度低テーマ一覧

## サービス業(他に分類されないもの) : テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	17	修理技術の活用・展開	機器や車両の修理・メンテナンス事業の展開	バイクのレストア事業展開
	18	美容・健康関連事業	エステ、脱毛等美容サービスの提供等、美容に関する多数のテーマが存在	痩身・脱毛の非接触型セルフエステ
	19	レンタル事業	機器・車両・衣裳等の現行業務を活かしたレンタル事業の展開	高度医療機器レンタル事業
	20	健康・スポーツ関連事業	スポーツ練習施設や地域に根ざしたスポーツ事業等のテーマが存在	スケートボードパーク事業の展開
	21	廃棄物処理関連事業	SDGsに関わる再利用全般での事業展開	産業廃棄物の一気通貫のサービス提供
	22	人材育成事業	特定の領域 (ITや広報 等) における人材育成に関連する事業展開	社会人向けプログラミングスクールの開校
	23	女性ターゲット事業	職場や消費活動において女性をターゲットとした事業に関する事業の展開	女性向けキャラクターグッズ事業
	24	AI・IoT技術の活用	AIやIoTを活用したビジネスプロセスの合理化、新規ビジネスへの展開	IoT自販機に関するサービス展開
	25	ゴルフ・フィットネス関連事業	コロナ禍で需要が拡大した無人のゴルフ練習場やフィットネスジム等の事業展開	非接触型無人ゴルフ練習場
	26	不動産関連事業	空き家やテレワーク等今日的な課題に着目した不動産業の展開	テレワークに特化した不動産賃貸業
	27	ペット関連事業	コロナ禍で成長するペット関連の市場を対象とし、新規ペットフード製造や霊園サービス等幅広いテーマが存在	ジビエ・ペットフード事業への進出

# 14 傾向分析結果: その他業種

その他業種: テーマ別の採択率<sup>1)</sup>×テーマ申請率<sup>2)</sup>



1. 第2~4回公募のその他申請データのうち精査の進んだ1,323件における各テーマの採択率 2. 同左データにおいて当該テーマに属する申請が占める割合  
注記: 抽出した全34テーマのうち、件数上位30テーマを表示



# 14 傾向分析結果: その他業種 - 有望度高・中テーマ一覧

## その他業種: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度高	①	倉庫・物流関連事業	倉庫物流システムの開発・倉庫の新たな建設等のテーマにて展開	運送監視システムの構築と展開
	②	観光関連事業	観光事業にスポットを当てたシステムの構築やサービスの展開	地域主導型観光ビジネスモデル構築に向けた沖縄ツーリストDX戦略
	③	EC構築・提供	農産物や水産物やその加工品等を販売するEC構築等幅広いテーマが存在	養殖魚の付加価値を上げるため加工品製造し産直ECに販売する事業
	④	デジタル技術の活用・DX推進	デジタル技術の導入による業務フローの合理化や新たなサービスの立案等多数のテーマが存在	非対面型システムを導入した弁当販売専門店
有望度中	⑤	体験型消費サービス	多様な業種に向けたアプリ開発に関する多数のテーマが存在	いちご摘み取り体験サービス
	⑥	野菜関連商品の製造・販売	地元食材・特産品等を活かした食品製造や飲食事業の展開	地域の有機栽培野菜を使った健康補助食品の製造事業
	⑦	タクシー関連事業	タクシー会社の資産を活かしたデリバリーサービス等の事業を展開	タクシー会社の資産を活かした車両活用ビジネス
	⑧	宿泊関連事業	ワーケーションやリモートワーク等を意識した宿泊事業に関するテーマ等、ウィズコロナを意識した事業を展開	農業体験型宿泊事業
	⑨	リサイクル関連事業	廃棄物のリサイクル処理等、SDGsを視野に入れたテーマが存在	カーボンニュートラルに貢献できるリサイクル加炭材の製造事業
	⑩	オンライン技術の活用	オンライン技術による非対面型のサービスの展開等のテーマにて事業展開	オンラインによる金融教育サービスへの進出
	⑪	食料加工品の製造・販売	地元食材を活用した食料加工品の製造・販売に関する事業展開	自社農産物の加工品製造業への業種転換
	⑫	ドローンの活用	ドローンを点検や運送に活用した業務が目立つ。ドローン操縦のスクールについての申請も存在	ドローン遠隔倉庫管理システムの導入
	⑬	AI・IoT技術の活用	AI・IoTを活用したビジネスプロセスの合理化、新規ビジネスへの展開	AIによる資産運用効率化・投資助言サービス
	⑭	配車システム・サービス事業	配車アプリによるタクシーやレンタカーの効率的な配車等に関するテーマが存在	配車アプリによるレンタルサービス

# 14 傾向分析結果: その他業種 - 有望度低テーマ一覧

## その他業種: テーマの特徴及び採択事業例

	番号	事業テーマ名	特徴	採択事業例
有望度 低	15	農作物栽培関連事業	地元農作物の栽培やそのための仕組みに関するテーマが存在	栽培プラントシステムの開発と販売
	16	カフェ関連事業	カフェ開設による観光客や地元客の取り込みの実現	スイーツ等の製造・販売及びカフェ営業
	17	美容・エステ関連事業	美容エステや脱毛サロン等の事業への展開	世代特化型整体・エステサロン事業への進出
	18	テイクアウト事業	テイクアウト需要に応える、持ち帰り用の弁当惣菜等の調理販売	地元食材利用した加工食品のテイクアウト専門店ビジネス
	19	アウトドア関連事業	グランピングやキャンプ等アウトドア事業展開	ゲレンデを活かしたキャンプ&農業体験事業
	20	魚介類養殖・加工品の製造・販売	水産物を加工し、ECサイト等を通して消費者に直接販売	牡蠣加工食品の開発・事業化
	21	再生可能エネルギー・燃料関連事業	太陽光発電やバイオマス燃料等エコなエネルギーに関するテーマ多数	再エネを利用したグランピング場事業
	22	冷凍食品の製造・販売	地元食材、特殊冷凍技術等の付加価値を前面に示す事業の展開	急速冷凍機と食品加工設備の導入による魚介類の販路拡大
	23	住宅関連サービス	住宅向けの建材やリノベーション住宅に関連するテーマが存在	地元建設業者向け資材販売・配送サービス
	24	ゴルフ・フィットネス関連事業	インドアゴルフ場やフィットネスクラブ事業への進出、スポーツ用品の製造	抗菌塗装を施したインドアゴルフ事業
	25	木材の加工・販売	木材の加工生産体制の拡充、需要が高まっている分野に進出	地元産木材を用いた大型木造建築事業
	26	プラットフォーム関連事業	プラットフォーム構築による参加者や情報を繋ぐビジネスの展開	ドライバーマッチング事業
	27	レンタル関連事業	機器・車両・衣裳等の現行業務を活かしたレンタル事業の展開	アプリを活用した家電レンタル
	28	スポーツ関連事業	スポーツ練習施設や地域に根ざしたスポーツ事業等のテーマが存在	野球専門スポーツ店の展開を通じた地域交流への貢献

**(参考)**

## **b. 業種別の事例紹介**

# 1 飲食業の事例

所在地: 石川県  
売上: 1億円規模  
従業員: 20人規模

海鮮料理の販路拡大に向けた新商品開発とEC販売事業

【既存事業】 海鮮料理の店舗販売  
【再構築の背景】 観光客減/外食需要減による売上減少  
【再構築の概要】 冷凍レトルト食品の新商品開発・EC販売

## ● 競争環境が激しい中で、ターゲット顧客のニーズに対する自社の強みを明確化・訴求

### 記述例

### 解説

#### 事業再構築の方針決定



- お取り寄せグルメ市場の "拡大機会" と、メディア露出や顧客アンケートで確かめた地元食材と自社店舗の "ブランド力" を掛け合わせた新商品を開発

- 成長市場という市場機会と、既存顧客からの強い支持という強みにより、事業の成功確度を高め、勝ち筋を見出せている

#### 新たな製品/サービスと実現する強み



- 試行販売 (店舗/自社ECサイト) にて、300食分を完売したことから製品の販売需要を確認

- 試行販売で実際の顧客ニーズを確認していることで、商品の販売実現性が高いと判断できる

#### 目標設定と投資対効果の検証



- EC販売にて単価500円の商品を月間2,000個販売、100万円の売上を見込む
- 設備投資額は回収期間が4年と算出でき、設備の耐用年数8年に対して短期間で回収可能

- 売上を因数分解した算出により、説得力のある数値目標を確認できる
- 投資額に対する評価を実施し、回収期間を算出することで投資の妥当性を確認できる

#### 実行可能な計画の策定



- 投資資金は自己資金6割、金融機関からの借入4割で賄うことを予定。金融機関からの借入については、計画策定時に承諾を頂いている

- 自己資金にて補助事業を実施することで、事業者の本気度が伝わる
- 支援機関のコメントにて資金調達の承諾がとれていることは、実行可能な計画と判断できる

#### 業種固有観点



- ECを通じて地方の特産物を購入したいニーズを持つターゲット顧客に対し、地元の海産物及び実績等の強みを差別化ポイントとして訴求

- 競合が多い飲食のEC販売において、ターゲット顧客のニーズに対する自社の強みを明確にすることで事業性の高い計画と判断できる

## 2 宿泊業の事例

所在地: 山口県  
売上: 5億円規模  
従業員: 50人規模

団体需要減による  
個人・インバウンド向  
けビジネスへの転換

【既存事業】 団体客向け温泉ホテル旅館  
【再構築の背景】 コロナ禍・団体客の需要減による売上減少  
【再構築の概要】 個人・インバウンド向けビジネスへの転換

- 市場変化を踏まえ団体から個人・インバウンド向けに施設・サービスを転換し、地元企業との提携で独自色を発揮

### 記述例

### 解説

#### 事業再構築の方針決定



- 団体客向けの収益性が低い古い設備を、個人向けに露天風呂付客室やグランピング、インバウンド向けに体験型アクティビティ(果物狩り)等収益性の高いニーズに対応するため大幅改修

- 以前から続く団体客から個人客への顧客層の変化と、コロナ後に見込まれるインバウンドの揺り戻し需要を踏まえ、従来の施設・サービスを高単価の個人・インバウンド向けに転換

#### 新たな製品/サービスと実現する強み



- 地元名産の陶器グラス、暖簾等を地元企業と共同で開発・販売して独自色を強めるとともに、地域産業の活性化につなげる

- 地元企業との提携により地域の名産品を活用・提供することで、差別化と地域振興の双方を実現

#### 目標設定と投資対効果の検証



- 高付加価値の施設・サービスへ移行するために、客室の大規模な改修(露天風呂、グランピング、アクティビティ対応等)に投資

- 装置産業である宿泊業において、個人・インバウンド向けニーズに応えるために高付加価値の源泉となる設備改修に資金を集中投下

#### 実行可能な計画の策定



- 認定支援機関に加えて、特に宿泊プラン策定・価格設定の専門性を持つホテルコンサルの知見を活用し計画の立案、実行、管理を実施

- 外部の専門家を含めた体制を構築することで、計画実現の蓋然性を向上

#### 業種固有観点



- 団体客向けの低単価ビジネスから個人・インバウンド向けの高単価ビジネスへ移行し、地元の名産品を活用することで独自色の発揮と地域産業の活性化を目指す

- 市場の変化を捉えて対象セグメントと提供サービスを切り替えるとともに、地元企業との提携で差別化と地域振興を実現

# 製造業（機械） の事例

所在地：岐阜県  
売上：1億円規模  
従業員：50人規模

建設・農業機器  
向け部品への参入

【既存事業】 理化学機器向けの部品製造  
【再構築の背景】 機械部品の生産減少に伴う売上減少  
【再構築の概要】 建設・農業機器の部品製造事業への参入

- 既存取引先からの引き合いと既存の高度な技術を活用し、実現性の高い新規事業へ参入

## 記述例

## 解説

### 事業再構築の 方針決定



- ICT施工の推進・スマート農業市場の拡大と既存顧客からの要請を受け、自社の技術力と新たな設備を用いた部品の生産

- 成長市場という市場機会と、既存顧客からの強い支持・自社の高い技術力という強みにより事業の成功確度を高め、勝ち筋を見出せている

### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 強みである3次元CAD/CAMの技術とIoTを取り入れた加工プロセスに新設備を組み合わせることで短納期・高精度で納品が可能

- 技術面から製品価値を高めるために、既存技術の強みとデジタル技術を活用して新設備を効率的に活用

### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 5品目の平均単価1万円と、既存取引先の受注4,000個/年、新規の受注4,000個/年をもとに8,000万円の売上を5年後に見込む

- 売上の因数分解、特に既存・新規の取引先別の算出により、説得力のある数値目標を確認できる

### 実行可能な 計画の策定



- 資金調達については、支援機関かつメインバンクである金融機関から支援を頂く旨の内諾が得られている

- 支援機関のコメントにて資金調達の承諾がとれていることは、実行可能な計画と判断できる

### 業種固有観点



- 既存の大口取引先から新製品に関する引き合い/見積打診を既に得られている

- 既存取引先との関係性が重要な製造業で、既に新規事業への引き合いを受けている

# 製造業（金属） の事例

所在地：高知県  
売上：5億円規模  
従業員：40人規模

コロナ禍を受けたEV  
向け金属製品への  
参入

【既存事業】 産業機械や車両向け鋳物の製造  
【再構築の背景】 コロナ禍を受けた主要顧客の調達内製化  
【再構築の概要】 EV向け金属製品事業への参入

- 熟練工不足の中でも他社との連携で高品質な管理体制を実現し、自社の強みを構築

## 記述例

## 解説

### 事業再構築の 方針決定



- 主要顧客がEVへ取り組む中で国内の部品調達に注力する一方、既存製品の海外顧客が自国での調達を進め、今後の受注減が見込まれる

- コロナ後の事業環境の変化を受けて、市場/顧客、自社の課題を整理したうえで方針を策定

### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 外注先と連携することで、製品開発段階から金型、製品の製造、販売まで一貫生産体制を構築し、大手企業が求める品質水準を構築

- パートナー企業との提携により、求められる品質水準に対する人手不足を解消

### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 設備投資額5,000万円を約4年で回収する計算であり、通常、減価償却は10年であることから本件の費用対効果は極めて高い

- 投資額に対する評価を実施し、回収期間を算出することで投資の妥当性を確認できる

### 実行可能な 計画の策定



- 製造工程ごとに外注先との役割分担を明確化し、各社の強みを活かせる体制を構築

- パートナー企業を活用し、事業の人員体制とスキルを拡充して事業計画の蓋然性を高めている

### 業種固有観点



- 各工程で求められる高度な技術に対して、社内では対応しきれない部分は外注先の人材を活用

- 熟練工不足に対して、パートナー企業を活用し高い品質を実現

# 製造業 (化学・繊維) の事例

所在地: 東京都  
売上: 20億円規模  
従業員: 150人規模

既存の顧客基盤を  
活かしたランドリー  
事業への参入

【既存事業】 化粧品・ノベルティのOEM製造  
【再構築の背景】 コロナ禍によるノベルティ製品の受注減  
【再構築の概要】 洗剤、柔軟剤等ランドリー商品への参入

## ● 法規制に準じた新規/既存事業のすみ分けをしつつ、既存の顧客基盤をもとに事業を拡大

### 記述例

### 解説

#### 事業再構築の 方針決定



- 化粧品OEMに加えて合成洗剤や柔軟剤等のランドリー商品を製造し、既存顧客への売上向上と新規顧客の獲得を狙う

- 既存顧客に対する新製品の提供、及び新規顧客の獲得を目指す

#### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 従来化粧品顧客へのランドリー商品のクロスセル
- 既存顧客の商社を通じて販売網を拡大

- 顧客基盤を新事業と共有しクロスセルを実現
- 既存事業のネットワークを通じたチャネル開拓

#### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 既存のノベルティ製品の受注減により空いた人的資源を新たなランドリー商品製造に割り当て

- 再構築の初期段階は、戦略視点から強み構築に繋がる活動に資金・人的資源を集中

#### 実行可能な 計画の策定



- 2023年1月 従業員6名採用予定
- 2023年4月 ランドリー商品製造設備の導入予定
- 2023年7月 新規事業販売開始予定

- 3ヶ月単位でマイルストーンと人員増の計画を整理しており、実行スケジュールが明確

#### 業種固有観点



- ランドリー商品専用の製造ラインを導入することで、既存の化粧品が関わる法令に準じて新規事業への参入を実現

- 事業によりルールが異なる中、新規/既存事業それぞれに関わる法規制を理解し、すみ分けをしながら事業・プロセスを構築



## 4 卸売業の事例

所在地: 大阪府  
売上: 10億円規模  
従業員: 50人規模

業界の長時間労働  
是正を目指す調理  
器具の製造卸売

【既存事業】 業務用調理器具・厨房機器の卸売  
【再構築の背景】 既存事業の停滞による新たな収益源の要請  
【再構築の概要】 時短可能な業務用圧力鍋の製造卸売

### ● 小売店の減少や卸売市場経由率の低下を受け、卸売業に留まらず新製品の製造を実施

#### 記述例

#### 解説

##### 事業再構築の 方針決定



- 人力で10時間を要する作業を2時間に短縮する業務用圧力鍋の製造・販売により、飲食業界の長時間労働の是正を目指す

- 将来のありたい姿として、飲食業界の長時間労働是正という社会課題の解決を目指す

##### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 既存事業を通じた顧客ニーズの理解をもとに製品企画は自社で行い、製造は参入要件となる第一種圧力容器の製造資格を有する企業に委託することで、迅速な市場への参入を実現

- 市場の参入障壁に対処するために認定資格を有するパートナー企業へ製造を委託し、自社は既存事業の知見を活かした製品企画・卸売を行う役割分担を定義して不足する強みを構築

##### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 市場参入に必要な製造の外注に資金を集中、その他工程に必要な人員は社内の配置転換により確保

- 再構築の初期段階は、戦略視点から強み構築に繋がる活動に資金・人的資源を集中

##### 実行可能な 計画の策定



- 経験の無い製造を他社に委託することで、企画・製造・卸売の全工程を確実に実現する

- ケイパビリティの不足する部分はパートナー企業へ委託することで事業の人員体制とスキルを拡充し、事業計画の蓋然性を高めている

##### 業種固有観点



- 人手不足による外食産業の店舗数減少や顧客企業の調達ルート変更の影響により、既存の営業スタイルを見直す局面にある

- 人口・小売店の減少等による市場規模の縮小、卸売市場経由率の低下等を受けて、卸売業に留まらない新たな収益源を確立

## 5 小売業の事例

所在地:静岡県  
売上: 2億円規模  
従業員:20人規模

IT技術を活かした  
新たなオーダーメイド  
ウェアへの参入

【既存事業】 スーツのオーダーメイド製造販売  
【再構築の背景】 コロナ禍によるスーツ需要の激減  
【再構築の概要】 スポーツウェアのオーダーメイド製造販売

### ● IT活用による業務の自動化でリードタイムを3分の1に短縮し、付加価値向上を実現

#### 記述例

#### 解説

##### 事業再構築の 方針決定



- コロナ禍を受けスーツ需要が激減する中で、既存の顧客基盤を活かせるラグジュアリースポーツウェアのオーダーメイド事業を開始

- コロナ後の事業環境の変化を受けて、市場/顧客、自社の課題を整理

##### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 3Dボディスキャンによる採寸及び受注情報への自動反映、RPA技術による自動パターン補正で受注から生地裁断までの自動化を実現

- 技術面から製品価値を高めるために、既存の技術に加えて先進的なデジタル技術を導入

##### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 市場の金額、顧客数の分析をもとに顧客当たりの単価が向上していることに着目し、新市場の確からしさを検証

- 売上の因数分解とトレンドを踏まえた設定により、説得力のある数値目標を確認できる

##### 実行可能な 計画の策定



- 2023年6月 新システムの導入
- 2023年9月 店舗業務支援プログラム開発
- 2023年12月 マザー工場設立・稼働

- 3ヶ月単位で計画とマイルストーンを整理しており、実行スケジュールが明確

##### 業種固有観点



- 人手の作業で15日かかるリードタイムを受注から生地裁断まで自動化することで5日へ短縮

- 小売業における人手不足に対し、IT活用による大幅な効率化で新たな付加価値を構築

# 学術研究/専門・ 技術サービス業の事例

所在地: 石川県  
売上: 3億円規模  
従業員: 20人規模

ドローンによる山上  
の建設現場向け  
運輸業への参入

【既存事業】 ドローンを用いた測量・点検事業  
【再構築の背景】 コロナ禍による現場打合せ減に伴う売上減  
【再構築の概要】 山上の建設現場向け運輸業への参入

- 既存事業で培った技術力を強みに、建設業の離職防止という社会課題解決を目指して新たに運輸業へ参入

## 記述例

## 解説

### 事業再構築の 方針決定



- 既存の農業向け事業の繁閑差を埋めるため、新規顧客の建設業者からの引き合いを受け、ドローン技術を活かせる山上の工事現場向け運輸業を開始

- 既存事業の技術を活かしながら、繁閑差を埋められる新たな市場向けに新サービスを提供

### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 既存事業で培った山間部でのドローン設備と安定操縦技術を強みに、新市場へ新サービスを提供

- 自社の強みとしてドローンの設備と高度な操縦技術を特定し、事業再構築で新たな価値を実現

### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 1回運搬単価、受注企業数等の要素をもとに、各年毎の売上を算出
- 市場開拓による受注獲得計画を策定し、売上計画を具体化

- 売上を因数分解し、各要素に関する根拠を示すことで説得力のある数値目標を策定できる

### 実行可能な 計画の策定



- 22年10月に機材選定、11月～12月でドローン操作の資格取得を行い、交付後に機材発注
- 23年1月より試験運行を開始し、23年4月より事業化

- 1ヶ月単位で計画とマイルストーンを整理しており、実行スケジュールが明確

### 業種固有観点



- 山上の工事現場向け「人肩運搬」の代替手段となり、建設業の離職防止に繋がるドローンの運搬ニーズの高まりを受け、運輸業へ参入

- 新市場の抱える社会課題に対し、既存事業の強みを活かして提供できる新サービスを定義

## 7 情報通信業の事例

所在地: 東京都  
売上: 2億円規模  
従業員: 40人規模

3Dデータのデータ  
管理プラットフォーム  
事業への参入

【既存事業】 図面・立体モデルの計測・作成事業  
【再構築の背景】 コロナ禍による産業設備・海外需要の減少  
【再構築の概要】 3Dデータのデータ管理プラットフォーム事業

- 既存顧客のスマートシティ推進にあたり課題となる3Dデータの管理・共有を実現するため、既存の3Dデータ取得技術を活かしたデータ管理プラットフォームを構築

### 記述例

### 解説

#### 事業再構築の 方針決定



- 既存顧客がデータ管理・共有に課題を持つことを踏まえ、既存事業で生成する3Dデータや外部データを整形・管理するプラットフォームを構築

- 顧客の課題と自社の強みを分析のうえ、自社にとって有望な事業テーマを見定め

#### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 既存技術を活かして既存顧客の課題を解決する新サービスを提供することにより、既存事業のリピート率向上と新事業のシナジーを創出する

- 顧客基盤を新事業と共有し、既存技術を活かしてクロスセルを実現

#### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 新事業の要となるシステム構築を専門で行う事業部を立ち上げ、人員の再配置・費用の集中投下により、迅速な新事業の立ち上げを目指す

- 新事業の強み構築に繋がる活動に人員・投資資金を集中させる

#### 実行可能な 計画の策定



- プラットフォーム構築にあたり、パートナー企業の既存システムの技術を活用して効率的に開発を実施

- ケイパビリティの不足する部分はパートナー企業と提携することで、事業計画の蓋然性を高めている

#### 業種固有観点



- 既存顧客である不動産デベロッパーによるスマートビルディングの推進を受け、3Dデータの活用を推進するプラットフォームを構築

- 市場として成長傾向にあるインターネット付随サービスにおいて、顧客の取り組むスマートシティ推進に貢献する新事業を構築

# 不動産業・ 物品賃貸業の事例

所在地: 神奈川県  
売上: 1億円規模  
従業員: 10人規模

写真動画撮影用  
レンタルスタジオ事業  
への参入

【既存事業】 シェアハウス業  
【再構築の背景】 コロナ禍による外国人入居者の減少  
【再構築の概要】 撮影用レンタルスタジオへの参入

- 既存事業の遊休資産と地元企業との繋がりを活かして、YouTube撮影などで需要の高まるレンタルスタジオ事業へ参入

## 記述例

## 解説

### 事業再構築の 方針決定



- 既存事業で有する物件の空き空間を活用してYouTuber、コスプレ愛好者、個人のプロカメラマン向けの撮影用レンタルスタジオ事業へ参入

- コロナ禍の影響を受けた市場/顧客のニーズ変化と自社の資産を突き合わせて、事業再構築の方針を決定

### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 地域の貸衣装や着付け業者と連携することで、独自色を強めるとともに、地域産業の活性化につなげる

- 地元企業との提携により、差別化と地域振興の双方を実現

### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 1日当たりの利用者数、利用時間、単価の要素ごとに各年の数値を見積もり、計画を具体化

- 売上を因数分解した設定により、説得力のある数値目標を確認できる

### 実行可能な 計画の策定



- 既存事業の顧客であったプロカメラマンにスタジオの利用、宣伝協力をしてもらうことで、効率良く認知度を高め、事業計画達成の確度を向上

- ケイパビリティの不足する部分は外部パートナーの資産を活用し、事業計画の蓋然性を高めている

### 業種固有観点



- 既存事業の遊休資産を活かして、YouTube・コスプレ撮影などで需要の高まるレンタルスタジオ事業へ参入し、地元企業との連携で独自色の発揮と地域産業の活性化を目指す

- 市場の変化を捉えて対象セグメントと提供サービスを切り替えるとともに、地元企業との提携で差別化と地域振興を実現

# 教育・ 学習支援業の事例

所在地: 京都府  
売上: 2億円規模  
従業員: 20人規模

AIによる生徒と講師  
の自動マッチング  
事業への参入

【既存事業】 外部講師と学校法人のマッチング事業  
【再構築の背景】 コロナ禍による対面型サービスの売上減  
【再構築の概要】 生徒と講師の自動マッチング事業への参入

- 外部人材活用による教師の働き方改革や、IT活用の需要増を受けて、既存のWebポータルを活用した専門人材と生徒をつなぐオンラインプラットフォームを構築

## 記述例

## 解説

### 事業再構築の 方針決定



- 既存事業で培った外部講師ネットワークをもとに、生徒に個別最適化された講師との自動マッチングを行うデジタル教育事業へ参入

- 自社の強みとなる教育業界における専門人材との繋がりをもとに、市場のニーズを分析のうえ、自社にとって有望な事業テーマを見定め

### 新たな製品/ サービスと実現 する強み



- 学校法人向けに、既存事業のWebポータルで蓄積したデータをもとにAIによる生徒と講師の自動マッチング機能を追加し、登録～提供までオンラインで実施可能なプラットフォームを提供

- 技術面からサービス価値を高めるために、既存事業で蓄積したデータとAIを活用した新サービスを提供

### 目標設定と 投資対 効果の検証



- 単価・受注件数にて売上算出し、事業計画反映
- 受注件数については営業担当・広報担当を配置することで営業体制を強化する想定

- 売上増の目標を因数分解して算出し、営業体制強化により受注件数の見積精度を高めている

### 実行可能な 計画の策定



- 2022年3月～6月 システム開発着手・完了
- 2023年4月～7月 動画作成/広告宣伝
- 2023年6月～ サービスリリース

- 事業化前から複数のタスクを並行実施する計画とマイルストーンを整理しており、実行スケジュールを明確にできている

### 業種固有観点



- 文科省が推進する外部人材活用による教師の働き方改革やIT活用の需要の高まりを受けて、専門人材と生徒をつなぐオンラインプラットフォームを構築

- 政府が進める社会課題解決やデジタル化の流れを受けて、自社の強みを活かした新たな事業再構築を実施

**(参考)**

**c. 重要トピックの傾向分析結果**

# (再掲) 検討が必要な項目について考慮すべきポイント

- 「検討が必要な項目」は、過去公募データに基づく事業再構築の傾向分析により特定
- AIによる分析から得られた考慮すべきポイントを事業検討の参考材料として活用可能

## 傾向分析のアプローチ



自然言語処理・機械学習を用いたAIアルゴリズムにより傾向分析を実施

蓄積された事業計画書のデータを基に、AIが記載内容を判別し、有望な事業計画書に共通して含まれるトピックの含有有無を分析

トピックごとに、記載有無による採択率への影響や記載割合を定量化して、事業計画書で漏らさずに具体化すべき項目を特定



## 分析から得られた考慮すべきポイント

- ① 事業計画の検討に際して、公募要領の審査項目とも紐づく、「13個の重要トピック」の具体化が必須
- ② 事業者により差が見られる「生産性」と「シナジー」を確実にカバーする必要
- ③ 有望な事業計画は「社会課題解決への貢献」を突き詰めて検討
  - ③-1 AI/IoT等の「先端的なデジタル技術」に活用余地
    - 「AI」x「製造業/卸売業」、「IoT」x「製造業/飲食業」
    - 「IoT/XR」x「中規模」、「ドローン」x「小規模」
  - ③-2 SDGs全般から、「具体的な社会課題」へ。第6回公募からは「グリーン成長枠」を新設
    - 「働きがい/パートナーシップ」x「全業種」、「グリーン」x「製造業/飲食業」



# 重要トピックの分析結果

- 1 公募要領の審査項目とも紐づく、「13個の重要トピック」の具体化が必須
- 2 事業者により差が見られる「生産性」と「シナジー」を確実にカバーする必要

重要トピック	事業計画書に含まれる重要ワード例	「トピック記載有の採択率」- 「トピック記載無の採択率」	トピック記載割合
新規性/ イノベーション	イノベティブ, 刷新, 技術革新, 新サービス, 新事業, 新規性 等	11 (%)	91 (%)
付加価値	付加価値	10	82
市場/顧客	お客様, ターゲティング, ニーズ, 市場, レッド/ブルーオーシャン 等	10	95
財務状況/ 収益計画	債務超過, PL, 収入, 原価, 利益 (率), 収益性, 損益, 経費 等	10	94
<b>生産性</b>	効率化, 効率的, 生産性, 選択と集中	9	59
投資計画・ROI/ 資金調達・計画	BS, CF, 固定資産, 投資, ROI, 現金, 資金繰り, 借入 等	9	91
<b>シナジー</b>	SYNERGY, シナジー効果, 相乗効果, レバレッジ, 有効活用	9	61
SWOT	SWOT, SWOT分析, 機会, 脅威, 強み, 弱み	9	90
課題/解決策	問題, ボトルネック, リスク, 問題解決, ソリューション, 施策, 解決 等	8	87
体制	体制, 組織, 人員, 人材, ステークホルダー	8	86
競合	競合, ライバル, 他社, 競合製品	7	80
競争優位性	競争優位性, 競争力, 差別化	5	69
スケジュール	スケジュール, 実施期間, ロードマップ 等	4	79
	平均	8	82

## 分析からの 意味合い



記載漏れの多い  
"落とし穴" は、  
生産性とシナジー

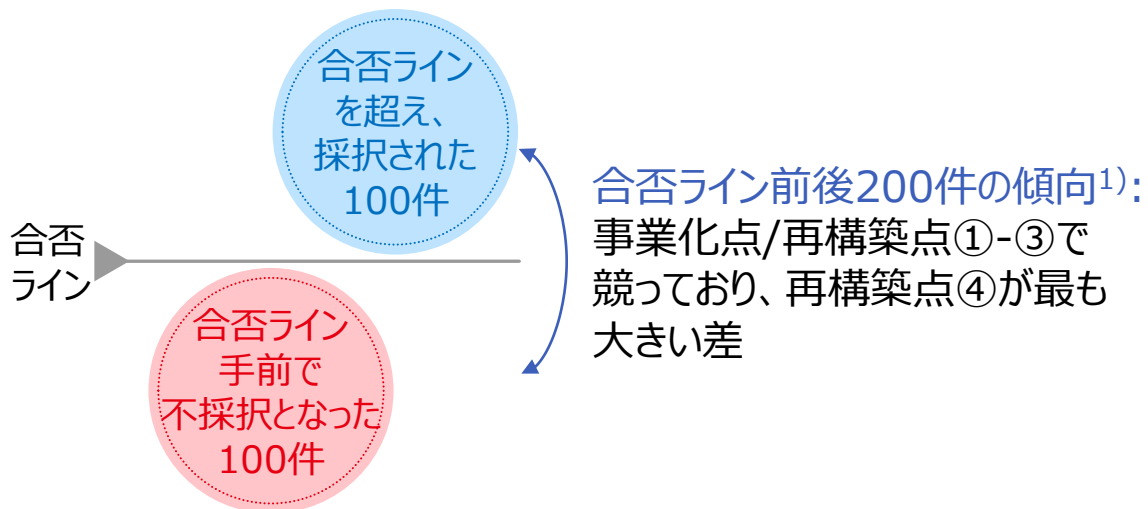
- 記載有無による採択への影響も大きく、事業計画の精度を高める重要トピック
- 新事業の売上だけでなく、既存事業とのシナジーによる成長と、効率性を考慮した生産性向上への検討が必要

# 検討が必要な社会課題解決関連トピック

## 3 有望な事業計画は「社会課題解決への貢献」を突き詰めて検討

### 合否ライン前後の事業計画書の傾向分析

先端的なデジタル技術活用や、具体的な社会課題への貢献まで考える事業者が合否ラインを超える



“

- 公募の回を重ねるごとに事業化点/再構築点①-③の精度は上がってきている
- 一方、社会貢献に繋がる再構築点④は中小企業によってはハードルが高く、差が出る



書面審査委員  
(ヒアリングより)



「3-1 先端的なデジタル技術」「3-2 具体的な社会課題」をカバーした事業計画の具体化が必要

# 社会課題解決関連トピック: デジタル技術の分析結果

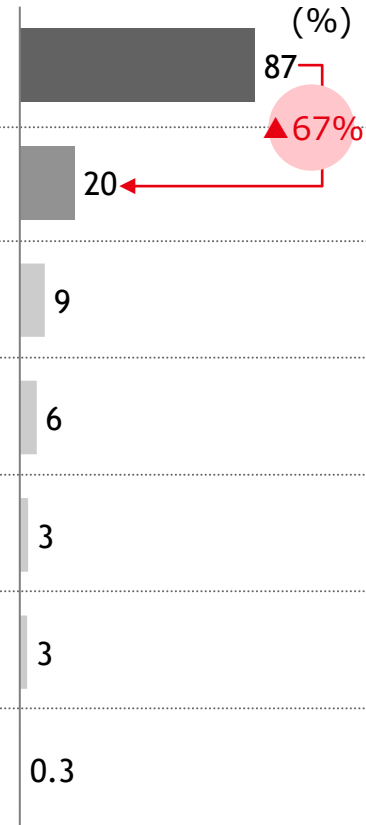
## 3-1 AI/IoT等の「先端的なデジタル技術」に活用余地

### デジタル技術 関連トピック

#### 重要ワード例

デジタル技術 関連トピック	重要ワード例
デジタル 技術全般	IT、ICT、DX、オンライン、SNS、EC、QR決済、キャッシュレス、クラウド 等 + (「先端的なデジタル技術」の重要ワードいずれかを含む)
先端的な デジタル 技術	(下記トピックの重要ワードいずれかを含む)
AI	AI、人工知能
IoT	IoT
XR	XR、クロスリアリティ、AR、拡張現実、VR、仮想現実、MR、複合現実
ドローン	ドローン、自動配送
ビック データ	ビックデータ

#### トピック有申請率



#### 分析からの意味合い

「デジタル技術全般」は、**約9割**の計画書に記載

一方、「先端的なデジタル技術」は**約2割**に留まるため、今後に向けた**更なる活用が期待**されている

# (参考) デジタル技術の分析結果 - 業種別の具体例

- 「AI」x「製造業/卸売業」、「IoT」x「製造業/飲食業」に活用余地あり

具体例	技術	AI		IoT	
	業種	製造業	卸売業	製造業	飲食業
		画像認証による 検査自動化/品質 向上に活用余地あり	需要予測の精度 向上に活用余地あり	複数データの可視化 による生産性向上に 活用余地あり	在庫管理機器導入 による業務効率化に 活用余地あり
採択率 の差 (概算)		+6%	+7%	+11%	+5%

## 採択事例の紹介

IoT関連設備等導入による一貫生産の実現

①つなぐ



②見える化する



③改善を促す



**実現方法** 設備協力会社によるIoT関連技術の提供

**成果** 一貫生産による生産性向上+遠隔設備監視による省力化

# (参考) デジタル技術の分析結果 - 規模別の具体例

- 「IoT/XR」x「中規模」、「ドローン」x「小規模」に活用余地あり

具体例	技術	IoT	XR	ドローン
	規模	中規模 (21人以上) 一定の事業規模があり、初期投資の資金余力がある場合に活用余地あり		小規模 (5人以下) コスト・技術面での導入のしやすさにより、小規模事業者でも活用余地あり
採択率の差 (概算)		+9%	+6%	+10%

## 採択事例の紹介

化学プラントの点検/調査/計測事業におけるドローンと3Dスキャナの活用



ドローン点検を通じた  
3Dモデル作成

**実現方法** ドローン利用のための研修受講/継続的な技術指導

**成果** 点検調査及び計測の人員/期間削減による生産性向上

# 社会課題解決関連トピック: 具体的な社会課題の分析結果

3-2 SDGs全般から、「具体的な社会課題」へ。第6回公募からは「グリーン成長枠」を新設

社会課題 関連トピック	重要ワード例	全業種の トピック有申請率 (%)	トピック有/無の 採択率の差 (%)
SDGs関連 全般	サステナブル、持続可能 等 + (下記トピックの重要ワードいずれかを含む)	91 <span>i</span>	4
働きがい/ 経済成長	就労支援、副業、働き方改革、ワークライフバランス、パワハラ、 非正規雇用、リモートワーク、シルバー人材、ディーセント・ワーク 等	64	5
パートナ シップ	同盟、提携、交流、ネットワーク、産学官、アライアンス 等	62	5
健康/福祉	健康経営、栄養、食料安全、農業、保健、食料自給率、 医療、治療、長寿、介護、高齢者、高齢化、バリアフリー 等	54	1
教育	教育、学習、教育格差、識字率、職業訓練、不登校、発達 障害、待機児童、子ども、少子化 等	48	2
グリーン	カーボンニュートラル、脱炭素、循環、二酸化炭素、温暖化、 省エネ、気候変動、フードロス、再生可能エネルギー、 グリーンエネルギー 等	30	7 <span>ii</span>
環境保全	環境配慮、リサイクル、3R、エコ、産業廃棄物、大量廃棄、 生態系、生物多様性、海洋資源、陸上資源、海洋汚染、 土壌汚染、等	25	3
ジェンダー 平等/ LGBTQ	ダイバーシティ、差別、女性活躍、シングルマザー、女兒、 子育て、育休、障がい者、ユニバーサルデザイン、外国人 労働者、LGBTQ 等	22	NA
レジリエンス/ インフラ/ スマートシティ	強靱、防災、減災、災害、台風、洪水、地震、インフラ、 生活基盤、産業基盤、スマートシティ 等	19	2

## 分析からの意味合い

- i 再構築点④から「SDGs関連全般」を約9割以上が計画。ただ、具体的な社会課題への取り組みまでは踏み切れていない案件が多い
- ii 「グリーン」は約3割と記載が限られる一方、採択率への影響が傾向として見られ、社会からの期待が大きい

注記: 第3~4回公募データをもとに分析

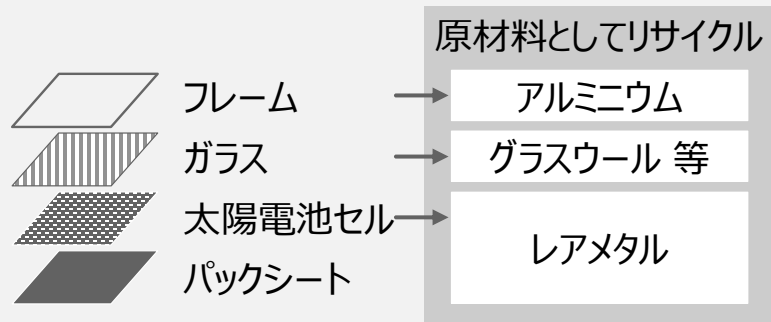
# (参考) 具体的な社会課題の分析結果 - 業種別の具体例

- 「働きがい/パートナーシップ」x「全業種」、「グリーン」x「製造業/飲食業」に取組み余地あり

具体例	社会課題	働きがい	パートナーシップ	グリーン	
	業種	全業種共通		製造業	飲食業
		特定の業種で差が見られず、業種問わずに取組み余地あり		再生可能エネルギーや脱炭素対応において、取組み余地あり	フードロス対応において、取組み余地あり
採択率の差(概算)		+5%	+5%	+10%	+7%

## 採択事例の紹介

太陽光パネルのリサイクルプラントの開発・販売及び、リサイクル/再生太陽光パネルの販売事業の展開



**実現方法** 既存のノウハウ/取引先、グループ会社との連携により事業性を両立

**成果** 再生可能エネルギー促進や産業廃棄物の削減への貢献

**(参考)**

**d. アクションに繋げるためのツール類**



# アクションに繋げるためのツール類

ツール	概要	出典
事業計画書作成の チェック項目リスト	① 事業計画書作成時に、検討ステップごとの実施事項を確認することで、考えるべき項目への効果的な事業検討と、記載漏れを防ぐことが可能	-
事業計画検討ステップ ごとの作成スケジュール	② 事業計画の作成に90-120時間かけた場合の採択率が最も高く <sup>1)</sup> 、1日当たり約2時間の工数捻出と、余裕を持ったスケジューリングが必要	-
事業再構築 ハンズオン支援事業	③ 事業再構築の計画、実行時に専門家によるOJT支援を受けることで、人材育成と自律的な仕組み作りが可能	(中小機構HP) <a href="https://www.smrj.go.jp/sme/enhancement/jigyo_saikoutiku_hands-on/index.html">https://www.smrj.go.jp/sme/enhancement/jigyo_saikoutiku_hands-on/index.html</a>
小規模事業者支援 ガイドブック	④ 事業計画作成方法の解説や各種フォーマットにより、事業計画作成作業の具体化と効率化が可能	(中小機構HP) <a href="https://www.smrj.go.jp/tool/supporter/guidebook1/">https://www.smrj.go.jp/tool/supporter/guidebook1/</a>
J-GoodTech (ジエグテック)	⑤ 大手企業・海外企業のニーズに対して自社の製品・技術・サービスをアピールすることで、ビジネスパートナーとの効率的なマッチングが可能	(J-GoodTech HP) <a href="https://jgoodtech.smrj.go.jp/pub/ja/">https://jgoodtech.smrj.go.jp/pub/ja/</a>
ローカルベンチマーク シート	⑥ 財務・非財務の両面から自社の経営状況を診断し、現状課題の特定、自社の強みを活かした対応策の検討が可能	(経済産業省HP) <a href="https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/san gyokinyu/locaben/sheet.html">https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/san gyokinyu/locaben/sheet.html</a>

1. 令和2年度ものづくり補助金に関する採択状況で、平均採択率47.4%に対して54.4%

# ① 事業計画書作成のチェック項目リスト

## ① 方針

前提となる事業再構築の方針定義

- 5-10年後の自社のありたい姿として、目指す方向性を言語化したか？
- 再構築の要否、実施タイミングを検討し、既存事業の維持/拡大も含めて判断したか？
- 事業再構築指針の自社が該当する類型と要件を確認したか？

事業テーマの選定

- 市場/競合/顧客の調査はしたか？
- 自社の強み/弱みの分析はしたか？
- 事業テーマの幅出し/評価・選定はしたか？

## ② 強み

既存事業のリソース活用

- 事業再構築で新しい価値を実現するために、活かせる自社リソースを棚卸したか？
- 自社の強みを軸に事業戦略を立てて、実現性の高い勝ち筋を見出したか？

強みの新規構築  
(観点例)

- 市場の参入障壁に対処するために、パートナー企業との提携により新たな強みを獲得しているか？
- 技術面から製品・サービス価値を高めるために、先進的なデジタル技術を導入したか？

根拠の明確化

- 売上増/コスト減の定量目標を顧客セグメント別/商品別等に細分化し、見積精度を高めているか？

## ③ 目標

集中投資の見極め

- 再構築の初期段階は、戦略視点から強み構築に繋がる活動に投資資金を集中させているか？

投資対効果の  
数値検証

- 自社の事業規模に見合う投資額を設定しているか？
- 事業計画と、投資回収期間やキャッシュフローとの整合性は取れているか？

売上/収益計画

- 中長期視点 (5年程～) で事業の質的な変化を見ているか？
- 売上/利益の要素を分解し算出根拠を明記しているか？

## ④ 計画

資金調達計画

- 事業再構築に必要な資金額を試算しているか？
- 自己資本/借入/補助金、等の種別ごとに調達・投資計画のバランスを確認しているか？

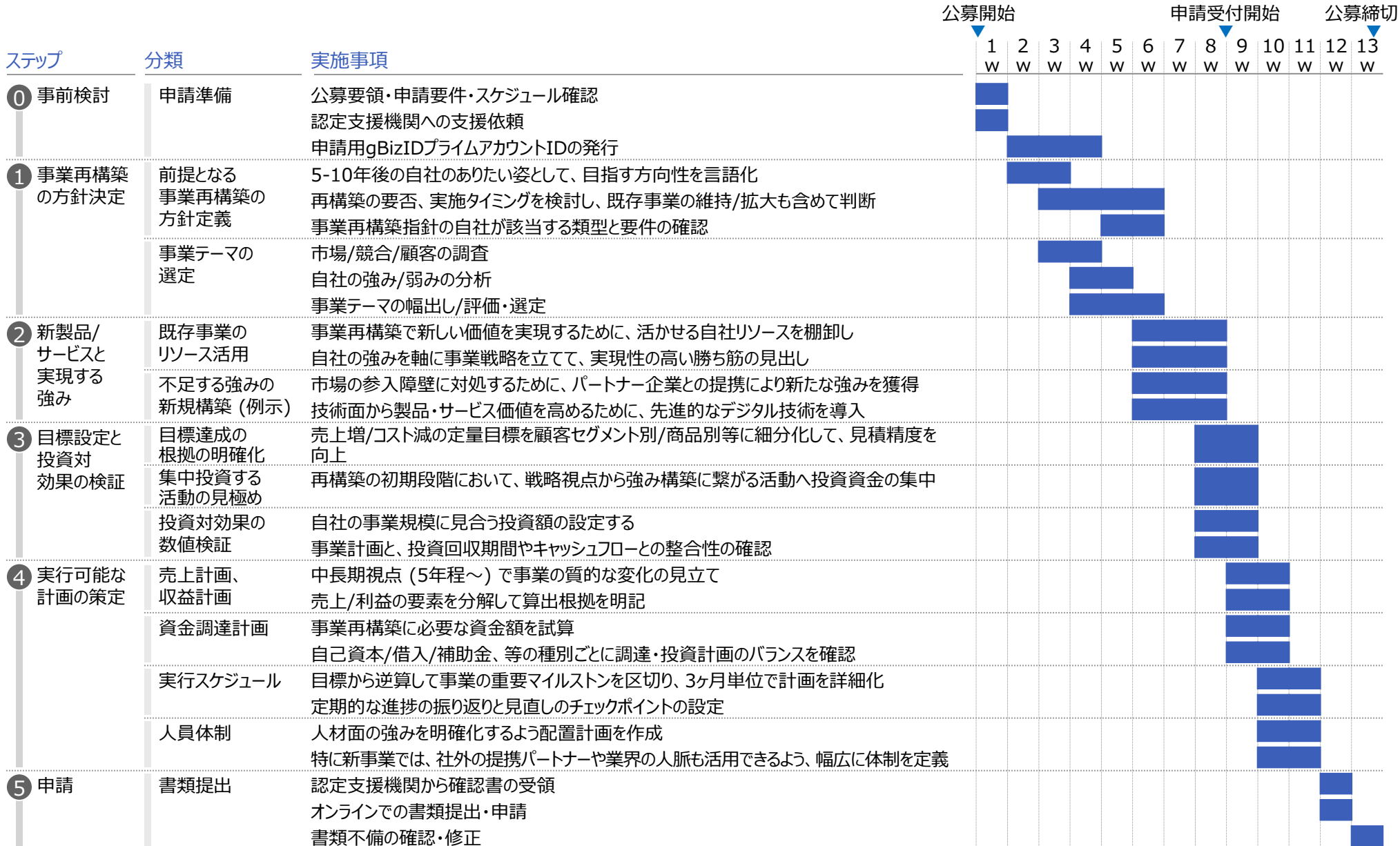
実行スケジュール

- 目標から逆算して重要マイルストーンを区切り、3ヶ月単位で計画を詳細化しているか？
- 定期的な進捗の振り返りと見直しのチェックポイントを設けているか？

人員体制

- 人材面の強みを明確化するよう配置計画を作成しているか？
- 特に新規事業では、社外の提携パートナーや業界の人脈も活用できるよう、幅広く体制を定義しているか？

## ② 事業計画検討ステップごとの作成スケジュール (例)



### 3 事業再構築ハンズオン支援事業

- 事業再構築の計画、実行時に専門家によるOJT支援を受けることで、人材育成と自律的な仕組み作りが可能



#### 概要

#### 支援内容

- 事業者が事業を再構築するための計画立案や実行時に、現場に深く入り込んだ詳細なアドバイスを受けたい際、専門家の数か月の派遣が可能
- 有料、専門家1人1日あたり8,400～17,500円程度(任意の頻度で利用可能、平均月2～3日程度)

#### 活用方法

- 単発のアドバイスではなく、一定期間を通じた課題解決のOJT支援により、人材育成と仕組み作りを通じた自律的な実行体制の構築が可能



#### (参考) イメージ

##### 特徴

##### 1. 多様な支援ニーズに対応

中小企業・小規模事業者の方が抱える様々な経営課題の解決に向けて、個別事情に合わせ、多様な支援テーマを提案、課題解決のサポートを実施します。マーケティング企画の見直し、業務のシステム化など特定の経営課題から、全社的・グループ経営の視点による経営戦略再構築のような高度なテーマ、また広域展開、グローバル化などに幅広くご対応します。

##### 2. 多彩な専門家

全国ベースの幅広いネットワークがあり、支援内容に応じて適切な専門家を選定します。専門家には大企業で経営幹部・工場長・部門責任者など経営や実務を深く経験した方、中小企業支援の経験が豊富な中小企業診断士・公認会計士などがおり、様々な課題にご対応します。

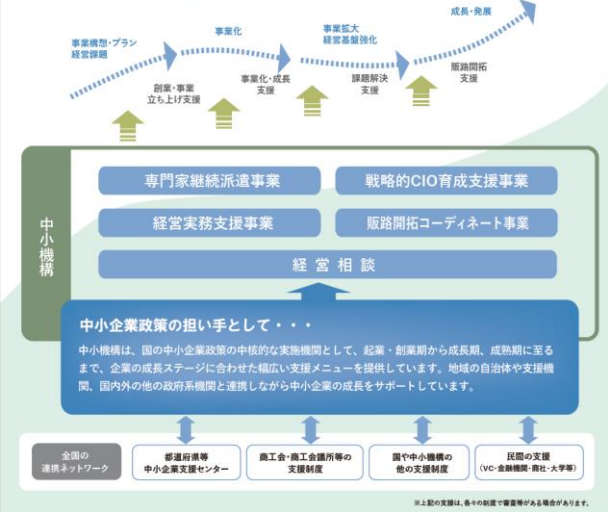
##### 3. 案件ごとにコーディネート

各地域本部にハンズオン支援マネージャーを配置し、案件ごとに支援全体をコーディネートしています。事前の調査・課題設定から支援内容の提案及び専門家のチーム編成、支援の進捗管理、成果の評価、派遣終了後のフォローまで、一社一社丁寧にサポートします。

##### 4. 自律・成長の応援

社内プロジェクトチームを編成するなど、主体的に課題解決に取り組んでいただけます。アドバイザーのサポートを受けながら、企業自らが実践を通して課題の本質を理解し、課題解決能力を身に着けることで、アドバイザー派遣終了後も自ら継続的に発展・成長できる「自律的な仕組みづくり」を目指します。

#### 成長発展段階に応じたハンズオン支援



# 4 小規模事業者支援ガイドブック

● 事業計画作成方法の解説や各種フォーマットにより、事業計画作成作業の具体化と効率化が可能



## 概要

### 支援内容

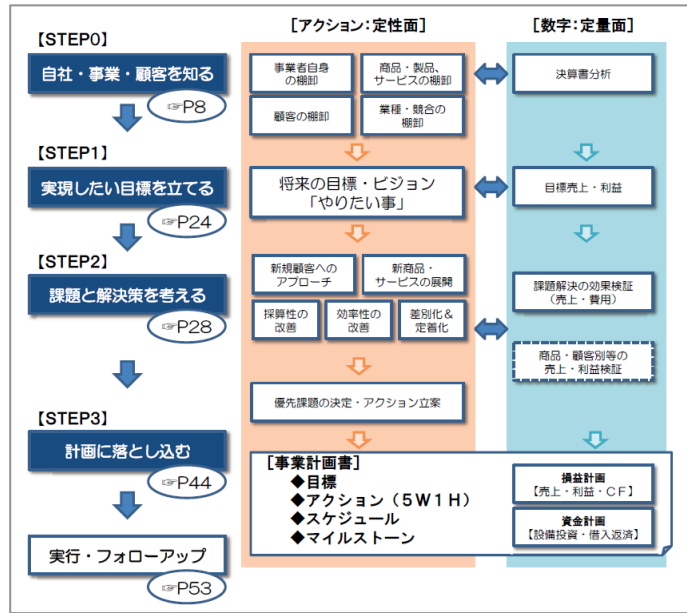
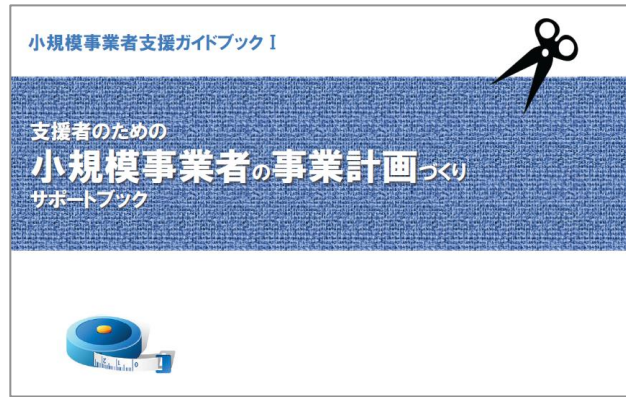
- 事業者の支援者が効率的・効果的な経営支援を行うために、事業計画の作成方法の解説や各種フォーマット、検討用ツールを利用可能
- 支援者だけでなく、事業者自身も事業計画作成時に参照可能
- 無料で利用可能

### 活用方法

- 事業計画作成方法の解説による具体的な作業の明確化、テンプレートを用いた情報整理による作業の効率化が可能



## (参考) イメージ



## ⑤ J-GoodTech (ジエグテック)

- 大手企業・海外企業のニーズに対して自社の製品・技術・サービスをアピールすることで、ビジネスパートナーとの効率的なマッチングが可能



### 概要



### (参考) イメージ

#### 支援内容

- 事業者が販路拡大や製品開発のために国内大手企業・海外企業のビジネスパートナーを探す際、効率的なマッチングが可能
- 中小機構の審査後、無料で利用可能

#### 活用方法

- 大手企業・海外企業の公開している新たなニーズに対して、自社の製品・技術・サービスをアピール
- 自社の専用ページに製品・技術・サービスを公開して大手企業・海外企業からの連絡を待つことも可能

The screenshot displays the '企業検索' (Company Search) page. On the left, there are search filters: 'キーワード検索' (Keyword Search) with a search box containing '金型' (Die Casting) and a search button; '言語指定' (Language Selection) with radio buttons for 'すべてを含む' (Selected), 'いずれかを含む' (Include any), and '1キーワードとして検索' (Search as 1 keyword); and '業種指定' (Industry Selection) with radio buttons for '全て指定する' (Selected), '日本語ページのみ' (Japanese pages only), and '英語ページのみ' (English pages only). Below these are buttons for '簡易指定' (Simple selection) and '詳細指定' (Detailed selection), and a dropdown menu currently set to '指定しない' (No selection). On the right, the '検索結果一覧' (Search Results List) shows '企業検索 (2,279) 件' (2,279 companies found). A filter for '茨城県' (Ibaraki Prefecture) is active. The first result is for 'XX会社' (XX Company), with a description: 「プレス金型用高精度プレート」と「高精度金型パーツ」そして、進化する金型技術でお客様の利益に貢献する. An image of the company's building is shown. Below the description, it lists services: コネクタ端子, 高品位プレート, 精密部品, 鏡面研削, 金型販売, 高精度金型プレート, 精密金属プレス加工のソリューションカンパニー 「プレス金 ...'. At the bottom, a star icon indicates 'この企業は、支援機関から推薦されています' (This company is recommended by the support organization).

# ⑥ ローカルベンチマークシート

● 財務・非財務の両面から自社の経営状況を診断し、現状課題の特定、自社の強みを活かした対応策の検討が可能



## 概要

## 支援内容

- 事業者が自社の経営状況を財務・非財務の両面から診断し、現状課題の特定と対応策の検討に利用可能
- 無料で利用可能

## 活用方法

- 特に非財務面の診断において、業務プロセスごとの差別化ポイントや、得意先から選ばれている理由を整理することで、自社の強みを特定可能



## (参考) イメージ

企業の健康診断ツール  
ローカルベンチマーク

■基本情報	
商号	株式会社〇〇
所在地	東京都〇〇
代表者名	〇〇 〇〇
業種_大分類	13 観光業
業種_小分類	1301 観光業
事業規模	中規模事業者
売上高	5,130,250(千円)
営業利益	15,000(千円)
従業員数	30(人)

■財務指標(最新期)			
指標	算出結果	2016年3月 費社点数	業界基準値
①売上増加率	7.8%	3	4.1%
②営業利益率	0.3%	2	2.7%
③労働生産性	500(千円)	3	648(千円)
④EBITDA有利子負債比率	-0.1(倍)	5	6.4(倍)
⑤営業運転資本回転期間	0.8(ヶ月)	2	0.4(ヶ月)
⑥自己資本比率	35.4%	3	21.5%

**総合評価点 18 B**

■財務指標(過去2期)				
指標	2016年3月		2015年3月	
	算出結果	費社点数	算出結果	費社点数
①売上増加率	-2.4%	2	-1.2%	2
②営業利益率	-0.3%	2	0.0%	2
③労働生産性	-393(千円)	2	648(千円)	2
④EBITDA有利子負債比率	61.2(倍)	1	6.4(倍)	1
⑤営業運転資本回転期間	2.8(ヶ月)	1	1.1(ヶ月)	2
⑥自己資本比率	2.1%	2	24.2%	3

**総合評価点 10 D      総合評価点 12 C**

経済産業省  
Ministry of Economy, Trade and Industry

※総合評価点のランクはA：24点以上、B：18点以上24点未満、C：12点以上18点未満、D：12点未満

### 財務分析結果

①売上増加率 (売上持続性)  
②営業利益率 (収益性)  
③労働生産性 (生産性)  
④EBITDA有利子負債比率 (健全性)  
⑤営業運転資本回転期間 (効率性)  
⑥自己資本比率 (安全性)

Legend: 最新決算期 (orange solid line), 前期決算期 (blue dashed line), 前々期決算期 (black dotted line)

※ 1 各項目の評点および総合評価点は各項目の業界基準値からの差額を示すものであり、点数の高低が必ずしも企業の評価を示すものではありません。非財務指標も含め、総合的な判断が必要なおことにご留意ください。

※ 2 レーダーチャートで3期分の財務分析結果の推移が確認できるため、各指標が良好（あるいは悪化）した要因を非財務の対話シートを活用しながら把握することで、経営状況や課題の把握に繋がります。

出典：(経済産業省HP) [https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei\\_innovation/sangyokinyu/locaben/sheet.html](https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/sheet.html)

126

**(参考)**

**e. 事業再構築に関する参考情報**



# 事業再構築に関する参考情報

## 参考情報

## 概要

## 出典

### 事業再構築補助金の概要

①

事業者が申請を始めるにあたり、主な要件や補助額、対象経費、プロセス、注意事項等の全体像を理解することが可能

(事業再構築補助金HP)  
[https://www.meti.go.jp/covid-19/jigyo\\_saikoutiku/pdf/summary.pdf?1028](https://www.meti.go.jp/covid-19/jigyo_saikoutiku/pdf/summary.pdf?1028)

### 事業再構築指針の手引き(2.0版)

②

事業者が事業再構築の方向性を検討する際、自社の該当する事業再構築指針の類型と要件を確認することが可能

(事業再構築補助金HP)  
[https://www.meti.go.jp/covid-19/jigyo\\_saikoutiku/pdf/shishin\\_tebiki.pdf?0604](https://www.meti.go.jp/covid-19/jigyo_saikoutiku/pdf/shishin_tebiki.pdf?0604)

### 採択事例紹介

③

事業者がテーマ選定や事業計画作成時に、具体的な取組み事例や採択された事業計画書を参照することで、テーマ選定の考え方や記載方法を参考にすることが可能

(事業再構築補助金HP)  
<https://jigyousaikouchiku.go.jp/cases.php>

### 事業再構築補助金の制度に関する説明動画

④

事業者が申請を始めるにあたり、中企庁担当者による制度の背景や概要、アドバイスの口頭説明を聞くことができ、理解を深めることが可能

(事業再構築補助金HP)  
<https://jigyousaikouchiku.go.jp/movie.php>

### 認定支援機関検索システム

⑤

事業者が経営環境の分析や事業計画作成時に助言を得るための認定支援機関を、地域別に効率良く探すことが可能

(中小企業庁HP)  
[https://ninteishien.force.com/NSK\\_CertificationArea](https://ninteishien.force.com/NSK_CertificationArea)

