

新市場・高付加価値事業の考え方

-新市場・高付加価値事業とは-

1.0版

令和7年4月

中小企業庁

独立行政法人中小企業基盤整備機構

目次

1. 本資料について
2. 審査の全体像
3. 新市場性とは
4. 高付加価値性とは

1. 本資料について

1-1. 本資料の目的

- 本資料は、中小企業新事業進出促進補助金（以下「本補助金」という。）公募要領で定める「10. 審査項目」「**(2) 新規事業の新市場性・高付加価値性**」の考え方を具体的に示すことで、本補助金への申請を検討されている中小企業のみなさまに、**事業計画の策定に役立てていただくことを目的**としています。
- したがって、本資料に掲載している事例は、「新市場・高付加価値事業」の内容を分かりやすく示すためのものであり、中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構が推奨する事例ではない点について留意してください。また、**本資料の事例と同じ計画を策定した場合でも、審査等によって不採択となる可能性は十分にあります**ので注意してください。
- また、**補助金交付候補者として採択されるためには、公募要領に記載されている他の補助対象要件を満たしたうえで、合理的で説得力のある事業計画を策定することが必要**です。
- 本資料においては、「製品、商品もしくはサービス」は「製品等」と、「製造又は提供」は「製造等」と表現しています。事業の内容に応じて、適宜読み替えてご利用ください。

2. 審査の全体像

2-1. 審査基準

- 「新規事業の新市場性・高付加価値性」は、公募要領に記載の以下の基準に基づき審査されます。

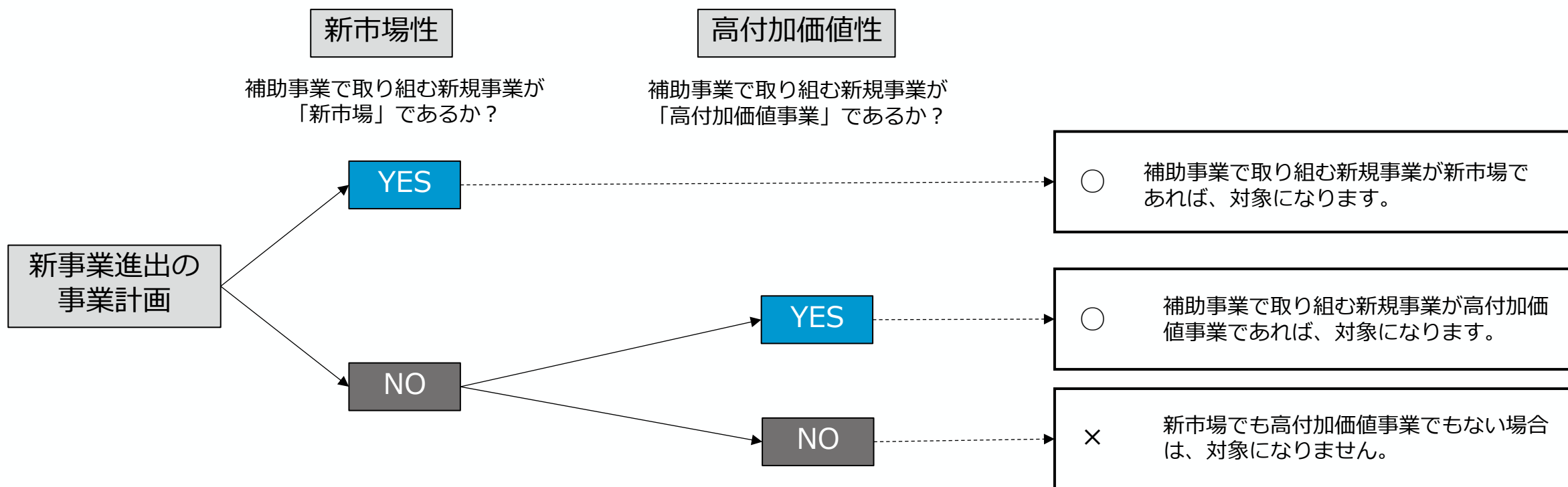
【新規事業の新市場性・高付加価値性】（公募要領P.42「10. 審査項目」抜粋）

- ① 補助事業で取り組む新規事業により製造又は提供（以下「製造等」という。）する、製品又は商品若しくはサービス（以下「新製品等」という。）のジャンル・分野の、社会における一般的な普及度や認知度が低いものであるか。
 - 新製品等の属するジャンル・分野は適切に区分されているか。
 - 新製品等の属するジャンル・分野の社会における一般的な普及度や認知度が低いものであるか。それらを裏付ける客観的なデータ・統計等が示されているか。
- ② 同一のジャンル・分野の中で、当該新製品等が、高水準の高付加価値化・高価格化を図るものであるか。
 - 新製品等のジャンル・分野における一般的な付加価値や相場価格が調査・分析されているか。
 - 新製品等のジャンル・分野における一般的な付加価値や相場価格と比較して、自社が製造等する新製品等が、高水準の高付加価値化・高価格化を図るものであるか。高付加価値化・高価格化の源泉となる価値・強みの分析がなされており、それが妥当なものであるか。

2. 審査の全体像

2-2. 審査の考え方

- 「新規事業の新市場性・高付加価値性」では、補助事業で取り組む新規事業の「新市場性」及び「高付加価値性」について審査します。



※ 上記の図はあくまで審査のイメージを分かりやすく示したものです。実際の審査は、外部審査員による採点を行い、他の審査項目との総合的な評価により補助金交付候補者を採択します。上記で「○」となるケースでも、不採択となる可能性は十分にありますので、ご注意ください。

3. 新市場性とは

3-1. 新市場性とは

- 「新規事業の新市場性」は、公募要領に記載の以下の基準に基づき審査されます。
- 補助事業で取り組む事業の内容が、新事業進出指針に基づく当該事業者にとっての新規事業であることを前提に、社会においても一定程度新規性を有する（一般的な普及度や認知度が低い）ものであることを求めます。

【新規事業の新市場性】（公募要領P.42「10. 審査項目」抜粋）

- ① 補助事業で取り組む新規事業により製造又は提供（以下「製造等」という。）する、製品又は商品若しくはサービス（以下「新製品等」という。）のジャンル・分野の、社会における一般的な普及度や認知度が低いものであるか。
 - 新製品等の属するジャンル・分野は適切に区分されているか。
 - 新製品等の属するジャンル・分野の社会における一般的な普及度や認知度が低いものであるか。それらを裏付ける客観的なデータ・統計等が示されているか。

3. 新市場性とは

3-2. ジャンル・分野の区分の仕方

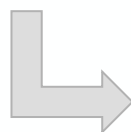
- 新市場性の審査にあたり、新規事業により製造する新製品等のジャンル・分野を特定する必要があります。
- ジャンル・分野を区分する際には、製品等の「性能」「サイズ」「素材」「価格帯」「地域性」「業態」「顧客層」「効果」等の要素は排除したものである必要があります。
 - ※ あくまで、「ジャンル・分野の新市場性」の審査にあたって上記の要素を排除するものであり、**それぞれの事業の特色は、その他の審査項目**（「新規事業の有望度」「事業の実現可能性」「公的補助の必要性」等）で考慮されます。

【区分の例】

新規事業の内容	ジャンルの区分の例	不適切な区分の例	不適切な理由
高精度小型医療機器部品の製造を行う事業	医療機器部品	高精度小型医療機器部品	製品の「性能」「サイズ」は排除する必要があるため「高精度」「小型」を含めて区分すべきではない。
半導体製造装置用の大型部品の製造を行う事業	半導体製造装置部品	半導体製造装置用の大型部品	製品の「サイズ」は排除する必要があるため「大型」を含めて区分すべきではない。
純ニッケルを使用した水素発生装置の部材加工を行う事業	水素発生装置の部材	純ニッケルを使用した水素発生装置の部材	製品の「素材」は排除する必要があるため「純ニッケル」を含めて区分すべきではない。
介護施設向けの栄養価の高い大豆食品の製造を行う事業	大豆食品	介護施設向けの栄養価の高い大豆食品	製品の「顧客層」「性能」は排除する必要があるため「介護施設向け」「栄養価の高い」を含めて区分すべきではない。

【区別の例（続き）】

新規事業の内容	ジャンルの区別の例	不適切な区別の例	不適切な理由
フードロス問題に資する長期保存可能なチョコレートの製造に取り組む事業	チョコレート	フードロス問題に資する長期保存可能なチョコレート	製品の「効果」「性能」は排除する必要があるため「フードロス問題に資する」「長期保存可能な」を含めて区分すべきではない。
外国人労働者向け就職プラットフォームの運営を行う事業	就職プラットフォーム	外国人労働者向け就職プラットフォーム	サービスの「顧客層」は排除する必要があるため「外国人労働者向け」を含めて区分すべきではない。
東京都港区で高級焼肉店を経営する事業	焼肉店	東京都港区の高級焼肉店	サービスの「価格帯」「地域性」は排除する必要があるため「東京都港区」「高級」を含めて区分すべきではない。
無人店舗でのセルフネイルサロンを経営する事業	ネイルサロン	無人店舗でのセルフネイルサロン	サービスの「業態」は排除する必要があるため「無人店舗」「セルフ」を含めて区分すべきではない。
高所得層向けプライベートサウナを経営する事業	サウナ	高所得層向けプライベートサウナ	サービスの「顧客層」「業態」は排除する必要があるため「高所得層向け」「プライベート」を含めて区分すべきではない。



ここで区分した「ジャンル・分野」の社会における一般的な普及度や認知度が低いものである必要があります。また、それらを裏付ける客観的なデータ・統計等を示す必要があります。

【審査のイメージ】

- ・「医療機器部品」の社会における一般的な普及度が低いかどうか。
- ・「焼肉店」の社会における一般的な認知度が低いかどうか。

4. 高付加価値性とは

4-1. 高付加価値性とは

- 「新規事業の高付加価値性」は、公募要領に記載の以下の基準に基づき審査されます。
- 補助事業で取り組む事業の内容が、同一のジャンル・分野の中で、高水準の高付加価値化を図るものであるかを審査します。

【新規事業の新市場性】（公募要領P.42「10. 審査項目」抜粋）

- ② 同一のジャンル・分野の中で、当該新製品等が、高水準の高付加価値化・高価格化を図るものであるか。
- 新製品等のジャンル・分野における一般的な付加価値や相場価格が調査・分析されているか。
- 新製品等のジャンル・分野における一般的な付加価値や相場価格と比較して、自社が製造等する新製品等が、高水準の高付加価値化・高価格化を図るものであるか。高付加価値化・高価格化の源泉となる価値・強みの分析がなされており、それが妥当なものであるか。

4. 高付加価値性とは

4-2. 高付加価値化・高価格化のイメージ

- 新製品等のジャンル・分野における一般的な付加価値や相場価格と比較して、自社が製造等する新製品等が、高水準の高付加価値化を図るものであるかを審査します。
- 高付加価値化の源泉となる価値・強みの分析が妥当なものであるかを審査します。

【高付加価値化・高価格化の例】

新規事業の内容	区分	高付加価値化の源泉
建設事業者が既存事業での木材に関する知見を活かして、オーダーメイドの無垢材木製家具の製造に取り組む事業	木材家具の製造	オーダーメイドや無垢材という製品の特長に加え、既存事業の知見を活用することで、他の木材家具にはない高付加価値化を図る事業
畳製造事業者が、畳の複合施設（畳製品に触れ合えるカフェ・オープンファクトリーでの畳づくり体験）を開業する事業	カフェ 又は ものづくり体験	既存事業の製品や技術を活かしたカフェの営業とものづくり体験を提供することで、他のカフェやものづくり体験にはない高付加価値化を図る事業
操作盤の内作により蒸留所を開設し、グレーン専用ウイスキーの開発販売を行う事業	ウイスキー	操作盤の内作により、日本では珍しいクラフトグレーンウイスキーの開発製造に取り組むことで、他のウイスキーにはない高付加価値化を図る事業
地域の観光資源と連携した体験型観光ホテルの経営を行う事業	観光ホテル	地域の観光資源との連携や体験の提供により、他の観光ホテルと比較して高付加価値化を図る事業