

新事業進出指針

中小企業庁

制定 令和7年4月22日

1. 新事業進出の定義

中小企業新事業進出促進補助金（以下「本補助金」という。）において、新事業進出とは、事業を行う中小企業等にとって、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「製品等」という。）が、新規性を有するものであり、それらの属する市場が、既存事業の市場とは異なる新たな市場であることをいう。

2. 新事業進出の該当要件

本補助金の対象となる新事業進出とは、次のいずれにも該当する場合をいう。

（1）製品等の新規性要件

事業により製造等する製品等が、事業を行う中小企業等にとって、新規性を有するものであること。

（2）市場の新規性要件

事業により製造等する製品等の属する市場が、事業を行う中小企業等にとって、新たな市場であること。新たな市場とは、事業を行う中小企業等にとって、既存事業において対象となっていなかったニーズ・属性（法人／個人、業種、行動特性等）を持つ顧客層を対象とする市場を指す。

（3）新事業売上高要件

次に掲げる要件のいずれかを満たすこと。

（i）事業計画期間最終年度において、新たに製造等する製品等の売上高又は付加価値額が、応募申請時の総売上高の十分の一又は総付加価値額の百分の十五以上を占めることが見込まれるものであること。

（ii）応募申請時の直近の事業年度の決算に基づく売上高が10億円以上であり、かつ、同事業年度の決算に基づく売上高のうち、新事業進出を行う事業部門の売上高が3億円以上である場合には、事業計画期間最終年度において、新たに製造等する製品等の売上高又は付加価値額が、応募申請時の当該事業部門の売上高の十分の一又は付加価値額の百分の十五以上を占めることが見込まれるものであること。

3. 新事業進出に該当しない例

次のいずれかに該当する場合は、本補助金における新事業進出には該当しない。

（1）製品等の新規性要件に該当しない例

- (i) 既存の製品等の製造量又は提供量を増大させる場合
 - (ii) 過去に製造していた製品等を再製造等する場合
 - (iii) 単に既存の製品等の製造方法を変更する場合
 - (iv) 製品等の性能が定量的に計測できる場合であって、既存の製品等と新製品等との間でその性能が有意に異なるとは認められない場合
- (2) 市場の新規性要件に該当しない例
- (i) 既存の製品等とは別の製品等だが、対象とする市場が同一である場合
(既存の製品等の需要が、新製品等の需要で代替される場合)
 - (ii) 既存の製品等の市場の一部のみを対象とするものである場合
 - (iii) 既存の製品等が対象であって、単に商圏が異なるものである場合