

# 事業再構築

# 補助金20210317

株式会社ハートコンピューター



# 事業再構築補助金を活用して、革新的なビジネスに転換するために 今やっておくこと

	中間目標	行動
1	対象資格を準備してある	<a href="#">GビズIDプライムアカウント</a> に登録する
2	国の指針を理解してある	色々な機関に相談を持ち掛けて置く
3	認定機関が決まっている	認定機関を決めて、新しいアイデアを相談する
4	新ビジネスのアイデアがある	認定機関と、新しいアイデアを採択されるか否か*を検討する
5	採択される革新的ビジネスの説明ができる	

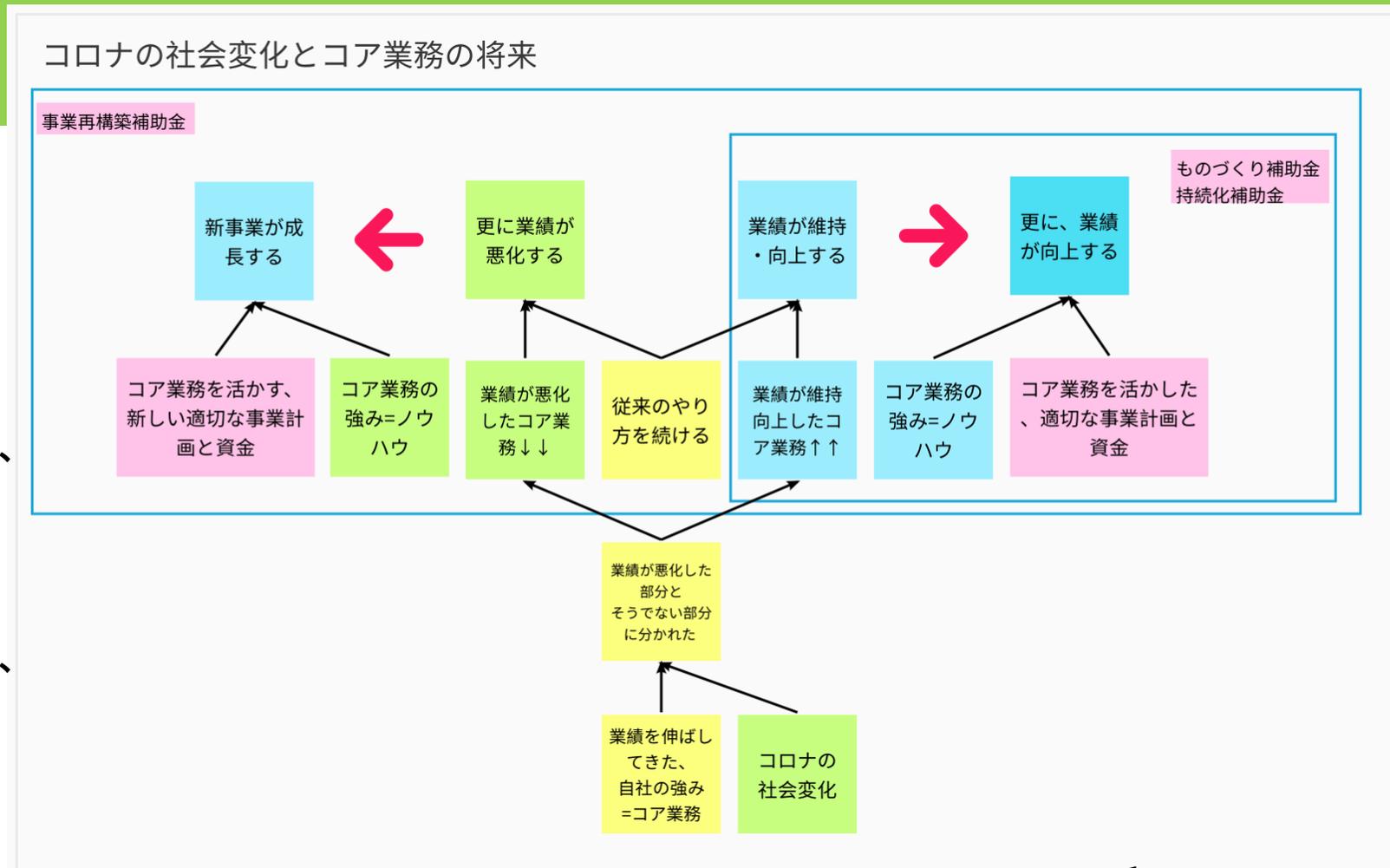
\*：20210317に手引書が公開されました

# 事業再構築補助金

- コロナ禍で傷んだ事業から、革新的なビジネスに転換するための補助金です。
- 既存事業がコロナ禍で傷み、収束したとしても元に戻らず、先行きに不安や懸念がある。
- そんな中で、自社の強みを活用した、合理的で説得力のある計画で、新事業転換を挑戦する企業に、補助されます。

# 補助金を選択する

- 今まで業績を伸ばしてきたコア事業。コロナの社会変化で二分された場合。
- 従来コア事業を伸ばすなら、  
→ [ものづくり補助金](#)、  
→ [持続化補助金](#) も検討
- 新たにコア事業を作るなら、  
→ [事業再構築補助金](#)



# 事業再構築の類型 ～5種類

類型	まとめ
新分野展開	市場を変える多角化
事業転換	同業界は毛色を変える
業種転換	業界を跨ぐ
業態転換	製造装置も変える
組織再編	会社組織を変えるM&A
ノウハウを離れた場所に開かせる	

## 7. 事業再構築の類型のまとめ

事業再構築の各類型に必要な要件をまとめると、以下のとおりです。

事業再構築の類型	必要となる要件	参照ページ
新分野展開	①製品等の新規性要件、②市場の新規性要件、③売上高10%要件	P3
事業転換	①製品等の新規性要件、②市場の新規性要件、③売上高構成比要件	P11
業種転換	①製品等の新規性要件、②市場の新規性要件、③売上高構成比要件	P15
業態転換	①製造方法等の新規性要件、②製品の新規性要件（※1）、③設備撤去等又はデジタル活用要件（※2）、④売上高10%要件	P19
事業再編	①組織再編要件、②その他の事業再構築要件	P26

要件名	概要	参照ページ
製品（等）の新規性要件	①過去に製造等した実績がないこと、②製造等に用いる主要な設備を変更すること、③競合他社の多くが既に製造等している製品等ではないこと、④定量的に性能又は効能が異なること（※3）の4つすべてを満たすこと	P4～5
市場の新規性要件	①既存製品等と新製品等の代替性が低いこと、②既存製品等と新製品等の顧客層が異なること（任意要件）	P6～7
売上高10%要件	新たな製品等の（又は製造方法等の）売上高が総売上高の10%以上となること	P3、P19
売上高構成比要件	新たな製品等の属する事業（又は業種）が売上高構成比の最も高い事業（又は業種）となること	P11、P15
製造方法等の新規性要件	①過去に同じ方法で製造等していた実績がないこと、②新たな製造方法等に用いる主要な設備を変更すること、③競合他社の多くが既に製品等を製造等するのに用いている製造方法等ではないこと、④定量的に性能又は効能が異なること（※4）の4つすべてを満たすこと	P20、P21
設備撤去等又はデジタル活用要件	既存の設備の撤去や既存の店舗の縮小等を伴うもの又は非対面化、無人化・省人化、自動化、最適化等に資するデジタル技術の活用を伴うものであること	P19
組織再編要件	「合併」、「会社分割」、「株式交換」、「株式移転」、「事業譲渡」等を行うこと	P27
その他の事業再構築要件	「新分野展開」、「事業転換」、「業種転換」又は「業態転換」のいずれかを行うこと	各類型

（※1）製造業の分野で事業再構築を行う場合に限り必要

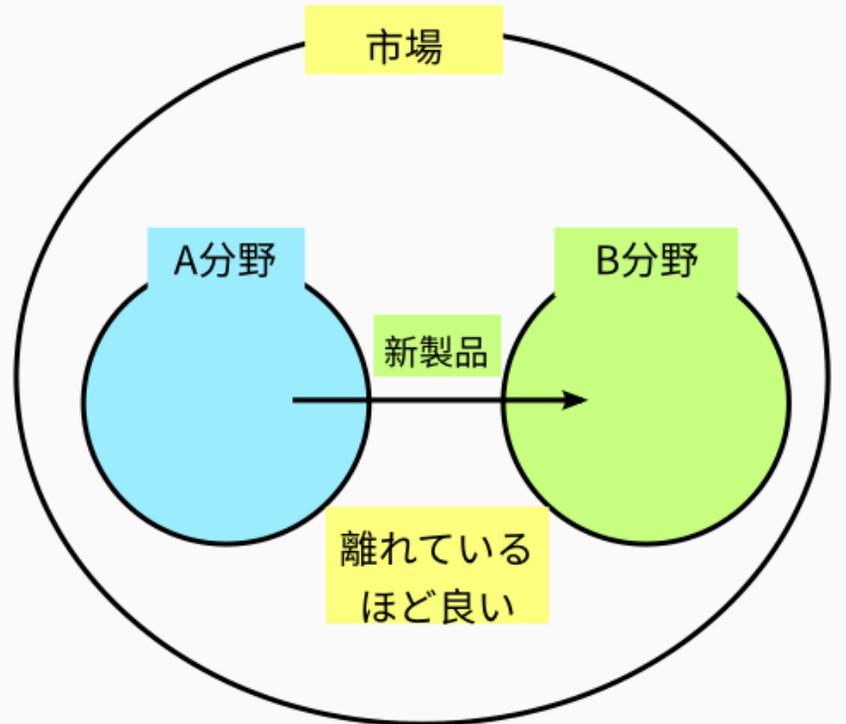
（※2）製造業以外の分野で事業再構築を行う場合に限り必要

（※3, 4）製品等の性能や効能が定量的に計測できる場合に限り必要 28

# 事業再構築の狙いとは、 ノウハウを離れた場所にかかせる

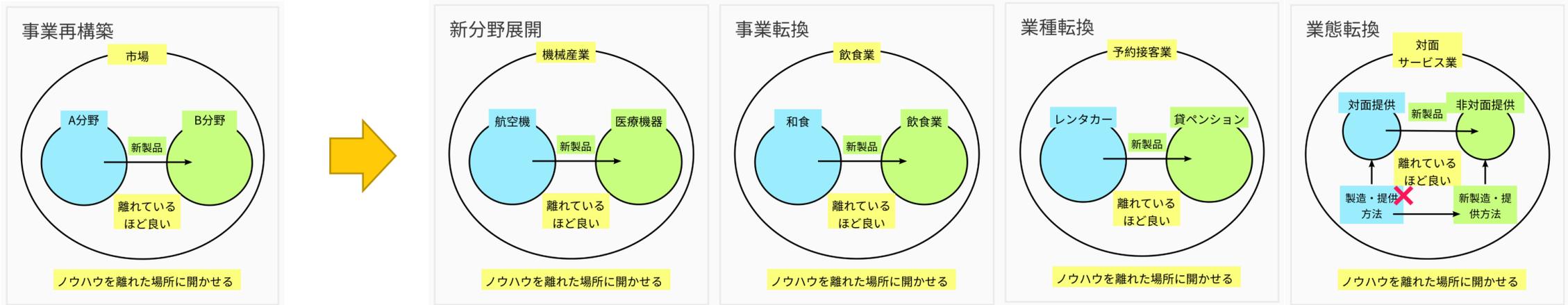
- コロナにより変化した社会・市場では、自社のコア業務の強み＝ノウハウはピッタリ来ていない。それは売上減少という形で顕れている
- でも、他の場所に適用すれば大切なノウハウは生きてくる

## 事業再構築



ノウハウを離れた場所にかかせる

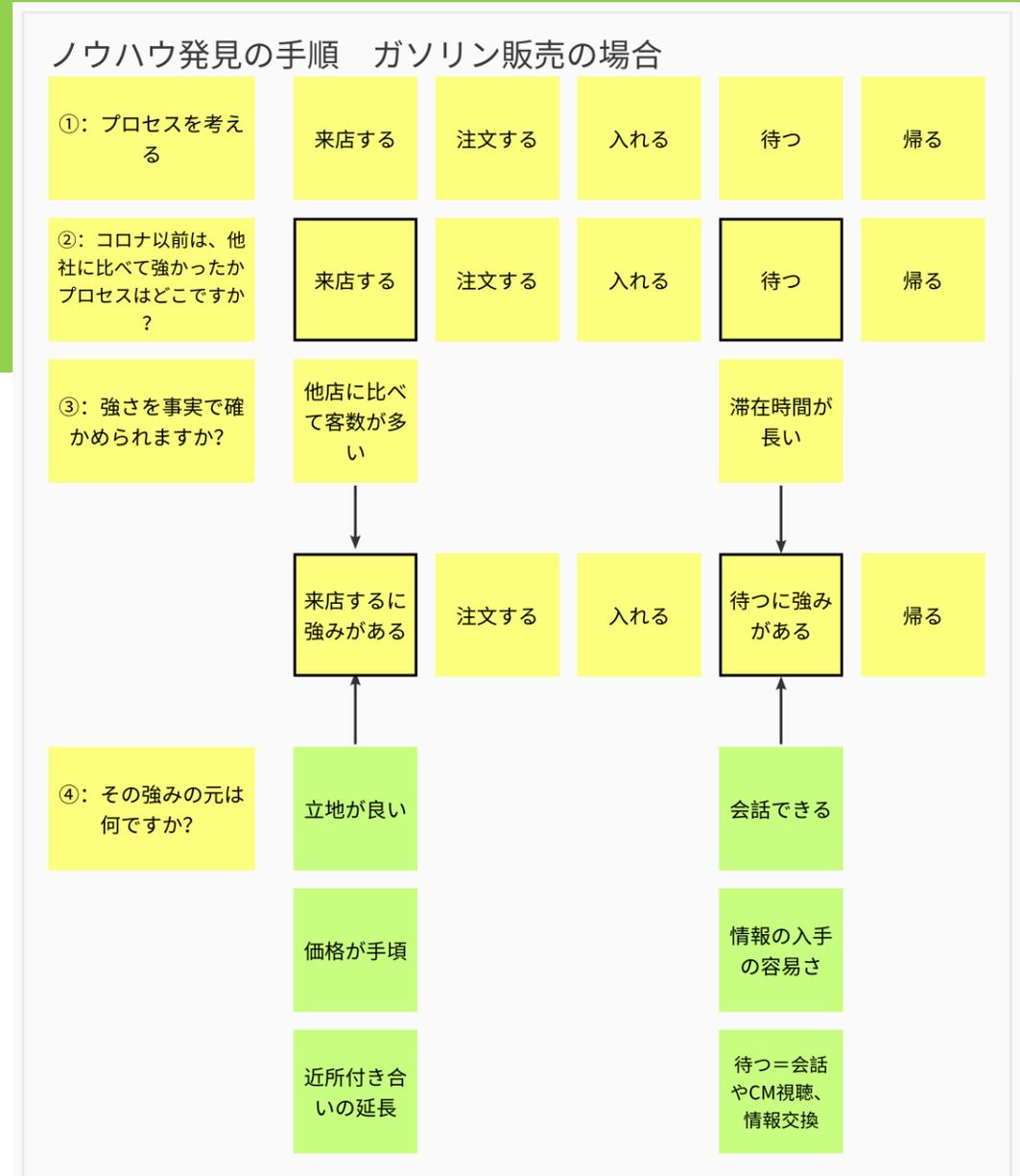
# 事業再構築のタイプのイメージ ～業態転換は少し違う



- どれも、離れた場所にノウハウを展開することは同じ。(事業再編は割愛)
- 業態転換は変化の幅が小さいので、ノウハウが埋め込まれている製造・提供方法にを改める要件が追加されている。

# ノウハウの発見手順 ～ガソリンスタンド →フィットネス事業の例

- ① プロセスを考える
- ② コロナ以前は、他社に比べて強かったかプロセスはどこですか？
- ③ 強さを事実で確かめられますか？
- ④ その強みの元は何ですか？

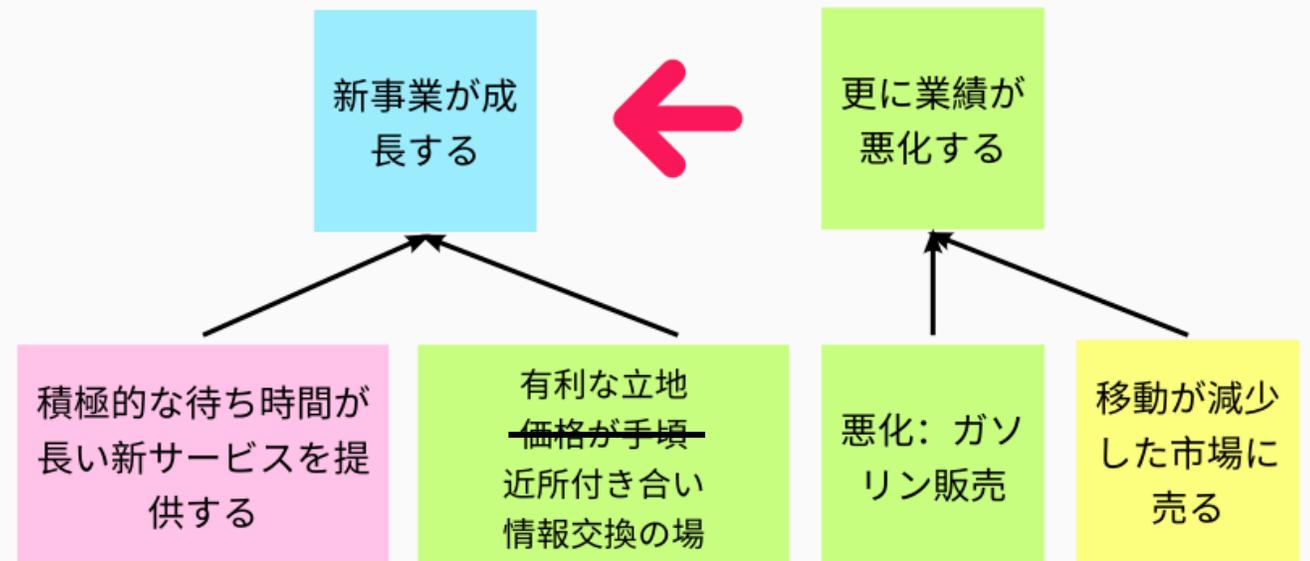


# ノウハウの検算～ GS→フィットネス事業の例

- ノウハウは、  
立地・~~手頃な価格~~、近所付き合い、情報交換の場
- 有利な立地に、積極的な待ち時間が長い新サービスを提供する。
- フィットネス事業

## 小売業 ガソリン販売の事例

事業再構築補助金



# 計画の検算~新分野

## GS→フィットネス事業の例

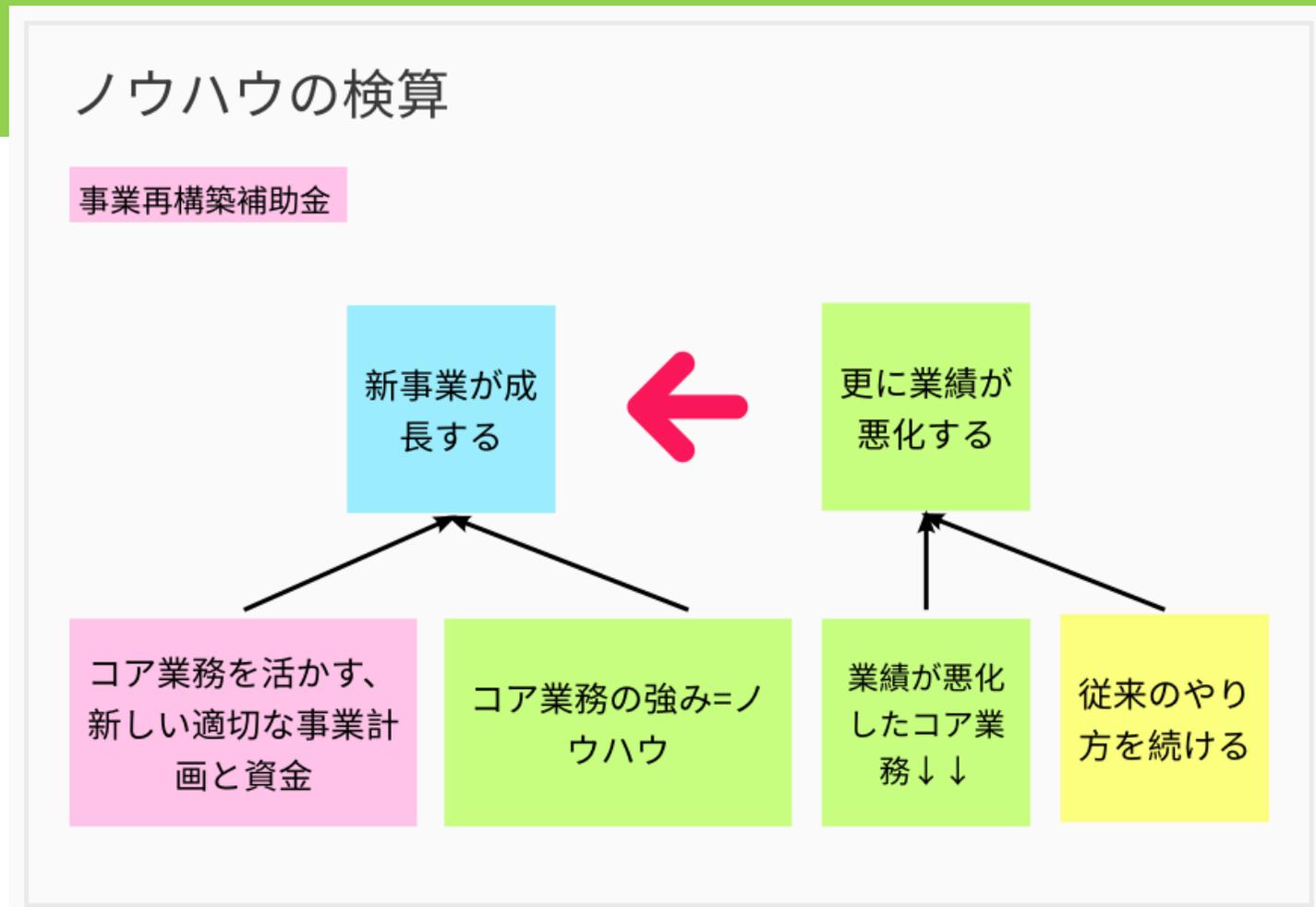
要件	細目	説明
製品等の新規性	①過去に製造等した実績がないこと	フィットネス事業はやったことがない
	②製造等に用いる主要な設備を変更すること	タンク、給油機、配達車→建物、空調、運動設備等
	③競合他社の多くが既に製造等している製品等ではないこと	近隣のGSには、フィットネス事業はない
	④定量的に性能又は効能が異なること	ガソリンを入れても健康は増進されず、フィットネスで筋力が伸びる。滞在時間が増える。
市場の新規性	①既存製品等と新製品等の代替性が低いこと	フィットネスはGSの売上を落とさない。
	②既存製品等と新製品等の顧客層が異なること	ガソリン購入と健康増進の目的が全く異なる
売上高10%	GSは落ち込み50%、 売上1000→500単位、 客単価10k/月と仮定	従来顧客の10%と同数の新規顧客がフィットネス5k/月 フィットネス参加の従来顧客の半分が次いで購入する10k/月 売上100/650=15%

# ノウハウの発見手順 ～

- ① プロセスを考える
- ② コロナ以前は、他社に比べて強かったかプロセスはどこですか？
- ③ 強さを事実で確かめられますか？
- ④ その強みの元は何ですか？

# ノウハウの検算

- 発見したノウハウとそれを活かせる事業計画を考えて、新事業が成長するかを確かめる



# 計画の検算～新分野

要件	細目	説明
製品等の新規性	①過去に製造等した実績がないこと	
	②製造等に用いる主要な設備を変更すること	
	③競合他社の多くが既に製造等している製品等ではないこと	
	④定量的に性能又は効能が異なること	
市場の新規性	①既存製品等と新製品等の代替性が低いこと	
	②既存製品等と新製品等の顧客層が異なること	
売上高10%/ 売上高構成比		