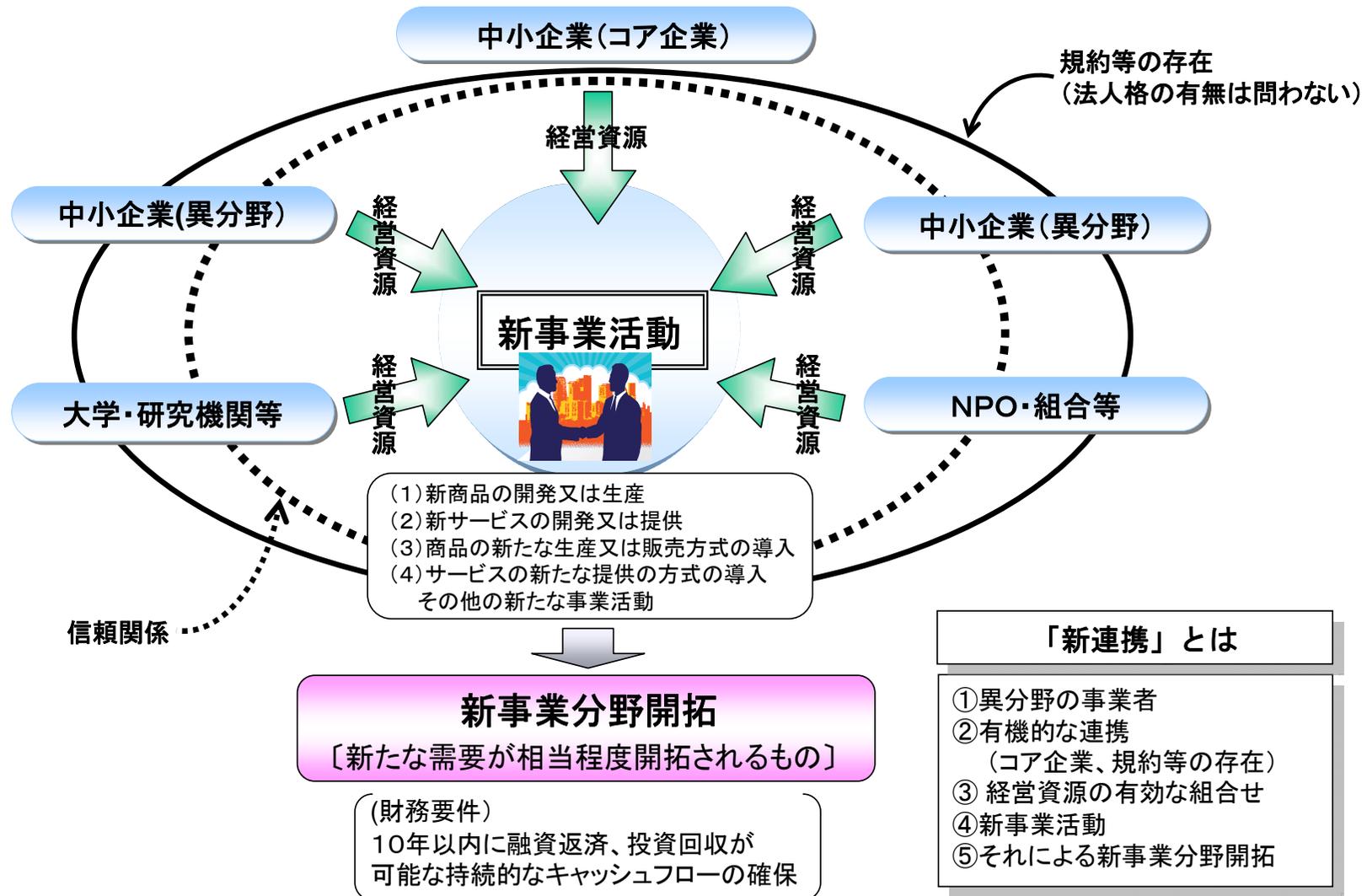


# ■新連携とは

異分野の事業者が有機的に連携し、その経営資源（設備、技術、個人の有する知識及び技能その他の事業活動に活用される資源）を有効に組み合わせて、新事業活動を行うことにより新たな事業分野の開拓を図ること。



# ■新連携の要件(1)

## 異分野

- 日本標準産業分類における細分類(4桁)が異なる

※ 同分類でも持ち寄るノウハウや技術等の中身が異なる場合は、経営資源の実質的内容により判断

## 新事業活動

- 新商品の開発又は提供
- 新役務の開発又は提供
- 商品の新たな生産又は販売方式の導入
- 役務の新たな提供の方式の導入その他の新たな事業活動

※ 新事業分野開拓が可能となるような、地域や業種を勘案して新しい事業活動であること。  
既に相当程度普及している技術・方式の導入等及び研究開発段階にとどまる事業は対象外。

## 新事業分野 開拓

- 新事業活動によって、市場において事業を成立させること
- 需要が相当程度開拓されることが必要であり、具体的な販売活動が計画されているなど、事業として成り立つ蓋然性が高く、継続的に事業として成立すること

※ 事業計画は3年間～5年間

## ■新連携の要件(2)

### 財務面

- 新事業活動により持続的なキャッシュフローを確保し、10年以内に融資返済や投資回収が可能なものであり、資金調達コストも含め一定の利益をあげること。

### 連携体

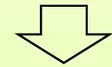
- 中核となる中小企業(コア企業)が存在し、2以上の中小企業が参加すること。
- 大企業や大学、研究機関、NPO、組合などをメンバーに加えることも可能(ただし、半数以上が中小企業)
- 参加事業者間での規約等により役割分担、責任体制等が明確化していること。
- 単に共同購買を行うのみ等の新たな事業活動の創出につながらない連携や、親事業者と下請事業者の取引関係、通常の商取引における売買や役務契約等の一時的な取引関係にある企業同士については、支援対象外

# ■ 「異分野連携新事業分野開拓計画」 認定のポイント

## 事業性の評価

- ①製品・サービスの新規性・競争力  
→ 商品の技術が優れているだけでは不十分。  
市場の中で競争力が確保できているか。
- ②市場ニーズの有無、規模  
→ どの市場をターゲットにするのか。  
その市場の規模はどうか。
- ③売上目標の具体化  
→ 売上はどの程度を目指すのか。その根拠は。
- ④販売・生産の体制整備  
→ 具体的な計画を有しているのか。

新連携の認定は、  
商品の認定ではなく  
事業計画の認定。



事業計画を作り込み、  
事業化構想を明確化  
する必要あり。

## 連携体構築状況の評価

- ①二者以上の中小企業の連携
- ②持ち寄る経営資源、強固さ  
→ 互いに強みを持ち寄ることで、1社では  
できなかった製品・サービスの開発・販売  
を実現できるか。

## 財務状況・資金計画評価

- ①現在の財務状況(体力)
- ②本事業での資金調達計画