

# 小規模事業者持続化補助金(第17回)採択に向けた事業計画書作成完全ガイド

## I. はじめに: 小規模事業者持続化補助金(第17回)の概要と採択のポイント

小規模事業者持続化補助金は、事業の持続的な成長を目指す小規模事業者にとって、販路開拓や生産性向上の取り組みを力強く後押しする重要な制度です。特に第17回公募(令和7年度)においては、その活用成功の鍵を握る「事業計画書」の質がより一層問われることになります。本ガイドでは、最新の公募要領に基づき、採択される事業計画書作成のための要点を網羅的に解説します。

### A. 補助金の目的と第17回公募の重点

小規模事業者持続化補助金の根幹にある目的は、小規模事業者が直面する様々な経営環境の変化(物価高騰、賃上げ、インボイス制度導入など)に対応しつつ、持続的な経営を実現するための販路開拓や生産性向上の取り組みを支援することにあります<sup>1</sup>。これは、地域経済を支える小規模事業者の持続的発展を促すという、より大きな政策目標に合致するものです<sup>7</sup>。

特に注目すべきは、2025年度(第17回申請以降)の公募において、「政策の原点回帰として経営計画づくりに重点を置く」方針が中小企業庁から明確に示されている点です<sup>1</sup>。この方針転換は、単に補助事業の内容を記述するだけでなく、事業計画書全体の質、すなわち、自社の現状分析の深さ、経営戦略の妥当性、そして補助事業が長期的な持続可能性(持続的発展)<sup>6</sup>にどう貢献するのかというビジョンの明確さが、これまで以上に審査で重視されることを意味します。形式的な要件を満たすだけの計画書では不十分であり、審査員を納得させられるだけの、練り上げられた戦略的な計画が求められると考えられます。

### B. 最新(第17回)の公募要領: 対象者、補助額、対象経費

補助金の申請にあたっては、最新の公募要領を正確に理解することが不可欠です。第17回公募(暫定版)における主要な要件は以下の通りですが、公募開始時には必ず最新の確定版をご確認ください<sup>8</sup>。

- 補助対象者:
  - 原則として、常時使用する従業員数が、商業・サービス業(宿泊・娯楽業除く)で5人以下、宿泊業・娯楽業および製造業その他で20人以下の小規模事業者(法人または個人事業主)が対象です<sup>1</sup>。
  - 特定非営利活動法人(NPO法人)も一定の要件下で対象となり得ます<sup>6</sup>。
  - ただし、資本金5億円以上の法人に100%株式保有されている、直近3年の課税所得年平均額が15億円超である等の除外要件があります<sup>1</sup>。
  - 申請する枠(通常枠、創業型<sup>7</sup>、共同・協業型<sup>12</sup>など)によっても要件が異なる場合があります<sup>4</sup>。

- 補助上限額・補助率：
  - 通常枠の場合、補助上限額は原則50万円です。ただし、賃金引上げやインボイス特例などの「特例」を活用することで、最大250万円まで上限が引き上げられる可能性があります<sup>2</sup>。
  - 補助率は原則として補助対象経費の2/3です。賃金引上げ特例を活用する赤字事業者については、3/4に引き上げられる場合があります<sup>11</sup>。
  - なお、2025年度より「卒業枠」と「後継者支援枠」は廃止されています<sup>13</sup>。
- 補助対象経費：
  - 策定した経営計画に基づき実施される販路開拓や業務効率化の取り組みに必要な経費が対象となります<sup>6</sup>。
  - 具体的には、①機械装置等費、②広報費(チラシ、広告など)、③ウェブサイト関連費、④展示会等出展費(オンライン含む)、⑤旅費、⑥開発費(新商品試作など)、⑦資料購入費、⑧雑役務費、⑨借料(リース・レンタル料)、⑩設備処分費、⑪委託・外注費などが挙げられます<sup>6</sup>。
  - 経費は、補助事業実施期間内に発注・導入・支払いが完了したものに限られます<sup>10</sup>。
- ウェブサイト関連費の制限：
  - ウェブサイト関連費は、補助金交付申請額の1/4(最大50万円)が上限となります<sup>1</sup>。例えば、通常枠で補助金50万円を申請する場合、ウェブサイト関連費の上限は12.5万円となるため、予算配分に注意が必要です<sup>1</sup>。
  - この補助金には多様な申請枠(通常枠、創業型、共同・協業型など)や特例(賃金引上げ、インボイスなど)が存在し<sup>4</sup>、経費区分にも制限(ウェブサイト関連費など)<sup>1</sup>があることから、汎用的な計画書では対応できません。申請者は、自身がどの枠や特例に該当するのかを正確に把握し、その要件やルールに沿って事業計画と予算を具体的に策定する必要があります。これを怠ると、補助額が減額されたり、不採択となったりするリスクがあります。

## C. 申請プロセス: GビズID、電子申請、商工会議所/商工会連携

第17回公募では申請プロセスにも重要な変更点があります。

- 電子申請の義務化: 第17回公募は、補助金申請システム「Jグランツ」を利用した電子申請のみ受け付けられます<sup>1</sup>。郵送での申請は一切認められません<sup>1</sup>。
- GビズIDプライムアカウントの事前取得: 電子申請には「GビズIDプライム」のアカウントが必須です。アカウント取得には2週間程度要する場合があるため、未取得の場合は、公募開始前から余裕をもって申請手続きを行うことが極めて重要です<sup>1</sup>。
- 商工会議所・商工会との連携: 地域の商工会議所または商工会の支援を受けながら事業に取り組むことが要件となっています<sup>6</sup>。具体的には、計画書作成について相談し、申請に必要な「事業支援計画書(様式4)」の交付を受ける必要があります<sup>3</sup>。
- 第17回公募の主要スケジュール(予定):
  - 公募要領公開: 2025年3月4日(火)(3月6日に改定版公開<sup>9</sup>)

- 申請受付開始:2025年5月1日(木)<sup>1)</sup>
- 事業支援計画書(様式4)発行の受付締切:2025年6月3日(火)<sup>1)</sup>
- 申請受付締切:2025年6月13日(金)17:00<sup>1)</sup>
- 補助事業実施期間:交付決定日～2026年7月31日(金)<sup>1)</sup>
- 補助事業実績報告書提出期限:2026年8月10日(月)<sup>1)</sup>
- (注:上記は予定であり、変更の可能性があります。必ず公式情報を確認してください<sup>1)</sup>)

特に重要なのは、商工会議所・商工会による「事業支援計画書(様式4)」の発行受付締切日が、最終的な申請締切日より早いことです<sup>1)</sup>。このため、商工会議所・商工会への相談は、計画的に、かつ早期に行う必要があります。締切間際になって相談しても、様式4の発行が間に合わず、申請自体ができなくなる可能性があります。また、商工会議所・商工会からの助言は、計画書の質を高める上でも非常に有益です<sup>17)</sup>。単なる手続きとして捉えるのではなく、積極的に相談し、フィードバックを計画に反映させることが、採択への近道となります。

#### D. 審査基準の解説:評価者は何を見ているか

提出された事業計画書は、専門家等で構成される審査委員会によって評価されます。審査は書面のみで行われ、ヒアリングはありません<sup>6)</sup>。採択されるためには、審査員がどのような観点から計画書进行评估しているのかを理解することが重要です。

- 基礎審査:
  - 提出書類の不備がないか、補助対象者・補助対象事業の要件を満たしているか、事業遂行能力があるか、小規模事業者が主体的な取り組みか、といった基本的な項目がチェックされます<sup>6)</sup>。
- 計画審査(特に重要):
  - ① 自社の経営状況分析の妥当性: 自社の現状、製品・サービス、強み・弱みを的確に把握しているか<sup>6)</sup>。
  - ② 経営方針・目標と今後のプランの適切性: 分析結果を踏まえ、市場(商圈)や顧客のニーズを捉えた、実現可能な方針・目標・プランになっているか<sup>6)</sup>。
  - ③ 補助事業計画の有効性:
    - 計画は具体的で、実現可能性が高いか<sup>6)</sup>。
    - 販路開拓を目指す上で、経営計画の目標達成に必要なかつ有効な内容か<sup>6)</sup>。
    - 独自の技術・ノウハウ・アイデアに基づき、新たな価値を生み出す革新的な取り組みか<sup>6)</sup>。
    - デジタル技術(IT)を有効に活用する取り組みが見られるか<sup>6)</sup>。
  - ④ 積算の透明・適切性: 事業費の積算は正確・明確で、事業実施に真に必要なものか<sup>6)</sup>。
- 加点審査:
  - 賃上げ、事業承継(関連枠は廃止されたが加点項目は要確認)、インボイス対応など、政策的な観点から特定の要件を満たす場合に加点評価されます<sup>6)</sup>。最新の公募

要領で加点項目を確認することが重要です。

これらの審査項目、特に計画審査の項目は、「現状分析 → 戦略策定 → 具体的な行動計画」という一連の流れで構成されています<sup>6</sup>。これは、審査員が各セクション間の論理的な繋がりを重視していることを示唆しています。優れた事業計画書は、「自社の状況をこのように分析し（経営状況分析）、その結果、この方向性を目指す必要があり（経営方針・目標）、その達成のために、この補助事業が不可欠かつ効果的である（補助事業計画）」という、一貫性のあるストーリーを明確に語るものです。補助事業計画が経営状況分析や将来の目標から乖離している場合、その計画は場当たりの効果で効果が薄いと判断される可能性があります。したがって、計画全体を通して、補助金の活用が単なる資金要請ではなく、熟考された経営戦略の一部であることを示す強い物語性を構築することが、採択を勝ち取る上で極めて重要となります。

## II. 事業計画書作成の基礎：構成要素と必須記載事項

事業計画書は、補助金申請の中核をなす書類です。その構成を理解し、公式の記載例やテンプレートを効果的に活用することで、質の高い計画書を作成するための土台を築くことができます。

### A. 事業計画書の構成：様式1, 2, 3を理解する

第17回公募では電子申請システム（Jグランツ）への直接入力の基本となりますが、入力項目は従来の申請様式に基づいています<sup>6</sup>。主要な構成要素は以下の通りです。

- 様式1（持続化補助金事業に係る申請書）に相当する入力項目：申請者の基本情報などを入力します。
- 様式2（経営計画書兼補助事業計画書①）に相当する入力項目：
  - 企業の概要（商号、所在地、代表者、業種、従業員数など）<sup>21</sup>
  - 経営状況の分析（自社の強み・弱み、経営課題など）<sup>6</sup>
  - 経営方針・目標と今後のプラン<sup>6</sup>
  - 補助事業計画の概要<sup>6</sup>
  - 経費明細表<sup>6</sup>
  - 確認事項（第三者の助言有無、過去の補助金受給歴など）<sup>6</sup>
  - このセクションは、補助事業の戦略的な位置づけを示す部分です<sup>17</sup>。
- 様式3（補助事業計画書②）に相当する入力項目：
  - 補助事業の具体的な取組内容（どのような販路開拓・業務効率化を行うか、具体的な手法、スケジュールなど）<sup>6</sup>
  - 期待される効果（売上増加、顧客増加、生産性向上など、具体的な数値目標を含む）<sup>6</sup>
  - このセクションは、補助事業の具体的な実行計画を示す部分です<sup>17</sup>。
- その他の様式に相当する添付書類・入力項目：
  - 申請する枠や特例、加点項目に応じて、追加の書類提出や情報入力が必要になります



す。

- 事業支援計画書(様式4): 商工会議所・商工会から交付を受ける必須書類です<sup>3</sup>。
- その他、賃金引上げ枠の誓約書(様式7)、インボイス特例の誓約書(様式9)、賃金台帳の写し、事業承継診断票(様式10)などが該当する場合があります<sup>3</sup>。
- 申請する枠・特例に応じて必要な書類は異なるため、必ず最新の公募要領で確認してください。

## B. 公式記載例とテンプレートの活用法

補助金事務局は、申請書作成の参考となる記載例や様式テンプレートを提供しています。これらを有効に活用しましょう。

- 記載例(記入例)の価値:
  - 過去の採択事例に基づいた業種別(カラオケ店、割烹料理、宿泊業、製造業など)の記載例は、各項目でどのような情報を、どの程度の具体性で記述すればよいかの実践的な見本となります<sup>21</sup>。
  - 成功した申請者が、どのように自社の状況を分析し、それを補助事業計画に結びつけているか、その思考プロセスや構成を学ぶことができます。
  - ただし、記載例はあくまで参考です。丸写しは絶対に避け、自社の状況に合わせて内容を具体化・独自化することが重要です。
- テンプレート(様式集)の活用:
  - 電子申請システムへの入力前に、ダウンロード可能な様式(Word/Excel形式など)<sup>20</sup>を使って下書きを作成することは、思考の整理や、商工会議所・商工会との相談(様式2・3の写しを持参<sup>15</sup>)に役立ちます。
  - 必ず、申請する回の最新版の様式を使用してください<sup>20</sup>。過去の様式では受け付けられない場合があります。

公式の記載例<sup>21</sup>は、単なる記入内容のヒントに留まりません。これらは、審査員が良いと判断した計画書の\*\*「あるべき姿」\*\*、すなわち、期待される論調、具体性のレベル、そして説得力のある物語の構成を示唆しています。記載例を分析し、自社の状況分析から事業目標、そして具体的なプロジェクトへと、どのように論理的に繋げているかを読み解くことで、採択されやすい計画書の構成や表現方法を学ぶことができます。これらは、計画の質を高めるための実践的なベンチマークとなります。

## C. 基本的な書き方の原則: 明瞭性、具体性、一貫性

審査員に計画内容を正確に伝え、説得力を持たせるためには、以下の基本的な書き方の原則を守ることが重要です。

- 明瞭性 (Clarity):
  - 自社の事業や業界に詳しくない人でも理解できるように、平易な言葉で記述します<sup>27</sup>。専門用語や業界特有の略語の使用は最小限に留めるか、注釈を加えます<sup>22</sup>。

- 見出しや箇条書きを効果的に用い<sup>17</sup>、情報を整理します。必要に応じて図表や写真などを活用し、視覚的に分かりやすくすることも有効です<sup>17</sup>。
- **具体性 (Specificity):**
  - 「売上を改善する」「顧客満足度を高める」といった曖昧な表現は避け、可能な限り具体的な行動や数値を記述します<sup>17</sup>。例えば、「新開発の〇〇を活用し、ECサイト経由の売上を初年度15%増加させる」のように記述します。
  - どのような手法で<sup>6</sup>、いつまでに<sup>17</sup>、何を行うのかを明確にします。
- **一貫性 (Consistency):**
  - 計画書全体を通して、記述内容に矛盾がないように注意します。特に、様式2で述べた経営状況分析、経営方針・目標と、様式3で詳述する補助事業計画の内容が、論理的に一貫していることが重要です(前述の「審査基準の解説」参照)。
- **簡潔性 (Conciseness):**
  - 文字数制限は基本的にありませんが<sup>17</sup>、冗長な表現は避け、要点を絞って記述します<sup>17</sup>。審査員は多くの申請書を読むため、簡潔で分かりやすい文章が好まれます<sup>22</sup>。

事業計画書は、最終的には審査員に向けて書かれるものです。審査員は多忙であり、必ずしも申請者の業界に精通しているとは限りません<sup>22</sup>。彼らが求めているのは、審査基準<sup>6</sup>に照らして評価できる、明確で具体的な情報です。したがって、審査員が必要な情報を容易に見つけ出し、申請内容の妥当性をスムーズに理解できるよう、構成や表現を工夫することが求められます。読みにくい、理解づらい計画書は、たとえ良いアイデアであっても、その価値を十分に伝えることができません。

### III.「経営計画」の書き方:現状分析と将来展望【様式2相当】

「経営計画」セクションは、補助事業の必要性和妥当性を裏付けるための土台となる部分です。自社の現状を客観的に分析し、将来に向けた明確なビジョンを示すことが求められます。

#### A. 企業概要:事業内容と特徴を明確に

まず、自社がどのような事業を行っているのかを簡潔かつ明確に伝えます。

- **基本情報:** 商号または屋号、所在地、代表者氏名、設立・開業年月日、従業員数などの基本データを正確に記載します<sup>21</sup>。
- **事業内容:** 主力の商品やサービスは何か、どのような顧客をターゲットにしているのかを具体的に説明します<sup>21</sup>。複数の事業を展開している場合は、今回の補助事業がどの事業に関連するものなのかを明記する必要があります<sup>22</sup>。
- **独自性・強み (USP):** 他社との違いは何か、顧客に選ばれる理由は何かをアピールします。独自の技術、長年の経験、立地の優位性、地域との繋がり、特許、ブランド力、顧客からの評価などを具体的に記述します<sup>21</sup>。例えば、宿泊業の記載例<sup>21</sup>では、特徴的な温泉の泉質や名物の炭火料理を強みとして挙げています。

## B. 経営状況の分析: 強み・弱み、経営課題の特定

自社の置かれた状況を客観的に把握し、課題を特定する、計画書の中核となる部分です。SWOT分析などのフレームワークを活用すると、網羅的かつ構造的に分析を進めやすくなります。

### ● SWOT分析の活用:

- 強み (**Strengths** - 内部要因・プラス): 自社が得意とすること、保有する経営資源(人材、技術、ノウハウ、設備、立地、顧客基盤、ブランド力など)の優位性を洗い出します<sup>21</sup>。顧客が自社を選ぶ理由<sup>31</sup>や、従業員が感じる強み<sup>33</sup>も重要な視点です。可能であれば、その強みを裏付ける客観的な根拠(顧客アンケートの結果、受賞歴、メディア掲載実績など)も示しましょう<sup>28</sup>。
- 弱み (**Weaknesses** - 内部要因・マイナス): 自社が苦手とすること、不足している経営資源、改善が必要な点をリストアップします<sup>21</sup>。例えば、設備の老朽化、特定分野の専門知識不足、マーケティング力不足、資金繰りの問題などが考えられます。弱みを正直に認めることが重要ですが、補助事業によってどのようにその弱みを克服・改善できるかに繋がれると、計画の説得力が増します。外部環境である「脅威」と混同しないように注意が必要です<sup>33</sup>。
- 機会 (**Opportunities** - 外部要因・プラス): 自社にとって追い風となる外部環境の変化や要因を捉えます<sup>21</sup>。市場の成長トレンド、新技術の登場、競合の撤退、法改正による規制緩和、新たな顧客ニーズの出現などが該当します。
- 脅威 (**Threats** - 外部要因・マイナス): 自社にとって逆風となる外部環境の変化や要因を認識します<sup>21</sup>。新たな競合の参入、市場の縮小、景気後退、不利な法改正、原材料価格の高騰、人口動態の変化(少子高齢化など)などが考えられます。
- 財務状況: 直近の売上高や利益の推移といった業績データを示し<sup>21</sup>、その背景にある要因(例: コロナ禍の影響<sup>21</sup>)を説明します。
- 経営課題の明確化: 上記の分析を踏まえ、自社が現在直面している最も重要な経営課題は何かを具体的に特定します<sup>21</sup>。この課題が、補助事業によって解決を目指す対象となります。

SWOT分析<sup>31</sup>は、単なる形式的な作業ではありません。これは事業計画全体の戦略的な基盤となります。「経営方針・目標」(後述 D項)は、分析で明らかになった「強み」や「機会」を活かす方向で設定されるべきであり、「補助事業計画」(次章 IV)は、特定された「弱み」の克服や「脅威」への対応に直接的に貢献する内容であるべきです。このように、分析と戦略、行動計画が論理的に結びつくことで、審査員が求める一貫性のあるストーリー(前述 I.D項参照)が生まれます。クロスSWOT分析<sup>31</sup>の考え方(例: 弱み×機会=弱みを克服して機会を掴む戦略)を取り入れることで、分析結果から具体的な行動計画を導き出しやすくなり、計画の戦略性と説得力が高まります。

## C. 市場の動向: 顧客ニーズと競合分析

自社を取り巻く外部環境、特に市場と競合の状況を把握していることを示します。

- 顧客ニーズ：
  - ターゲット顧客は誰か、その顧客は何を求めているのか、そのニーズはどのように変化しているのかを具体的に記述します<sup>17</sup>。顧客アンケートやヒアリングの結果<sup>17</sup>、販売データなどから得られる洞察を盛り込むと説得力が増します。
- 市場の動向：
  - 自社が属する市場全体のトレンド(成長、縮小、横ばい)を把握します。技術革新(DX、AI<sup>35</sup>)、経済状況(インフレ、賃金動向<sup>36</sup>)、社会構造の変化(少子高齢化、環境意識の高まり<sup>38</sup>)、法規制や政策の動向<sup>36</sup>など、自社の事業に影響を与えうるマクロな変化にも目を向けます。
  - 外部環境分析のフレームワークとしてPEST分析(Politics:政治、Economy:経済、Society:社会、Technology:技術)<sup>35</sup>を活用するのも有効です。特に、将来起こりうる変化<sup>39</sup>に着目し、それに対してどのように備えるかという視点が重要です。
- 競合分析：
  - 主要な競合相手は誰か、その競合の強み・弱みは何か、自社はどのように差別化を図るのかを分析します<sup>21</sup>。直接的な競合だけでなく、顧客のニーズを満たす代替的な選択肢(例:居酒屋にとってのコンビニや中食)も考慮に入れると、より深い分析が可能です<sup>28</sup>。

市場動向や競合の分析<sup>17</sup>は、提案する補助事業がなぜ今必要なのか、なぜ有効なのかを外部環境との関連で正当化するために不可欠です。これにより、申請者の計画が単なる内部的な願望ではなく、市場の変化に対応した戦略的な一手であることが示されます。例えば、「オンラインでの注文需要の高まり(機会)」をデータで示せば、ECサイト構築への投資の必要性が補強されます。このように外部環境分析を行うことで、補助金申請が外部要因への戦略的対応であるという文脈が付与され、計画の説得力と将来性が高まります。

#### D. 経営方針・目標と今後のプラン: 補助金活用による課題解決と将来展望

ここまでの分析を踏まえ、自社の進むべき方向性と、その中で補助事業が果たす役割を明確に示します。

- 経営方針: 自社の分析結果に基づき、今後どのような方向性を目指すのか、基本的な考え方を示します(例: 地域密着型への転換<sup>21</sup>、オンライン販売の強化)。
- 目標: 今後1~3年程度で達成したい具体的な目標を設定します。売上高X%増、新規顧客Y人獲得、生産性Z%向上など、測定可能な数値目標を掲げることが望ましいです(SMART原則についてはV.C項参照)<sup>17</sup>。
- 今後のプラン: 目標達成に向けた具体的なステップを概説します。そして最も重要な点として、提案する補助事業が、この全体のプランの中でどのような位置づけにあり、分析で特定された経営課題の解決や目標達成にどのように貢献するのかを具体的に説明します<sup>17</sup>。補助事業が、事業の持続的発展(持続的発展)に繋がる道筋を示すことが重要で



す。

補助金は、経営計画の全てではありません。あくまで、目標達成や課題解決を加速させるための触媒(カタリスト)、あるいは\*\*実現を可能にする手段(イネーブラー)\*\*として位置づけるべきです。計画書では、まず自社の大きな戦略や目標を提示し、その上で、今回の補助事業がSWOT分析などで明らかになった特定の障壁(例:設備投資の資金不足、専門知識の欠如)を乗り越え、目標達成を可能にするために、いかに重要かつ効果的な一手であるかを論理的に説明する必要があります。これにより、単なる資金要請ではなく、戦略的な思考に基づいた計画であることが伝わり、公的資金投入の正当性が高まります。

#### IV.「補助事業計画」の書き方:具体的取組と実現可能性【様式3相当】

「補助事業計画」セクションでは、「経営計画」で示した方針・目標を達成するために、補助金を活用して具体的に何を行うのかを詳細に記述します。計画の具体性と実現可能性が審査の重要なポイントとなります<sup>6</sup>。

##### A. 補助事業名:具体的で魅力的な名称を

補助事業の内容と目的が一目でわかるような、簡潔かつ具体的な名称をつけます。

- 推奨される文字数は30文字以内です<sup>17</sup>。
- 例:「日帰り新プラン導入とバリアフリー設備導入による集客増加」<sup>21</sup>、「〇〇(商品名)の開発・販路開拓」<sup>23</sup>。

##### B. 販路開拓等の具体的取組内容

補助金の主目的である販路開拓について、どのような取り組みを行うのかを具体的に記述します。「誰に」「何を」「どのように」提供・アピールするのかを明確にしましょう。

- 具体的な取り組み内容:
  - 新商品・新サービスの開発・提供: 特定のターゲット層に向けた商品開発(例:若年女性向け美容効果米製品<sup>40</sup>、地元客向け日帰りプラン<sup>21</sup>)。
  - 広報・宣伝活動:
    - チラシ、パンフレット、ポスター等の作成・配布<sup>10</sup>。ターゲット地域や配布方法も具体的に(例:市内への折込チラシ<sup>21</sup>)。
    - ウェブサイト、ECサイトの新規構築・改修<sup>4</sup>。ただし、ウェブサイト関連費には上限額がある点に注意が必要です<sup>1</sup>。
    - Web広告(リスティング広告、SNS広告など)、SNS(Instagram、Facebookなど)を活用した情報発信・販売促進<sup>40</sup>。
    - 動画共有サイト(YouTubeなど)での商品紹介<sup>43</sup>。
  - 展示会・商談会への出展: 国内外の展示会やオンライン商談会への参加<sup>4</sup>。
  - 新たな販売チャネルの開拓:
    - ECモール(Amazon、楽天市場など)への出店<sup>43</sup>。

- 新たな形態での販売(例:カプセルトイでの土産物販売<sup>41</sup>、デリバリー導入<sup>28</sup>)。
- ダイレクトメール(DM)、ポスティング<sup>21</sup>。
- 創意工夫・独自性:これまでの取り組みや競合他社と比較して、今回の取り組みのどこに独自性や工夫があるのかを強調します<sup>6</sup>。なぜこの方法が効果的だと考えるのか、その根拠も示せると良いでしょう。
- ターゲット顧客:これらの販路開拓活動を通じて、どのような顧客層にアプローチしたいのかを明確にします<sup>28</sup>。

表4.1: 販路開拓の取組事例

取組の種類	具体例	想定ターゲット例	関連情報源例
オンラインマーケティング	ECサイト構築・改修	全国・海外の消費者	4
	Web広告出稿、SNS活用	特定の興味・関心を持つ層	40
	動画コンテンツ制作・配信	商品の利用シーンに関心がある層	43
オフラインプロモーション	チラシ・パンフレット作成・配布	地域住民、特定の施設利用者	10
	展示会・商談会出展	バイヤー、卸売業者、一般消費者	4
	看板設置・改修	店舗周辺の通行者	30
新商品・サービス開発	既存技術を応用した新分野向け商品開発(例:プロテクター→医療介護用) <sup>19</sup>	新たな市場の顧客	19
	地域の特産品を活用した加工品開発	地元志向の消費者、観光客	19
	顧客ニーズに合わせた新プラン造成(例:日帰	近隣住民、高齢者層	21

	リプラン)		
新販売手法導入	デリバリーサービスの開始	自宅での食事を希望する層	28
	移動販売、出張サービスの開始	来店が困難な層	44
	無人販売、自動販売機(例:カプセルトイ)の設置	非対面での購入を希望する層	41

(注:上記はあくまで例です。自社の状況に合わせて具体的な取り組みを検討してください。)

### C. 業務効率化(生産性向上)の具体的取組内容

販路開拓と併せて、業務効率化や生産性向上に繋がる取り組みを計画に含めることも可能です。特にITの活用は評価されやすいポイントです<sup>6</sup>。この項目は任意記入の場合もありますが<sup>17</sup>、積極的に記述することで計画の厚みが増します。

#### ● 具体的な取り組み内容:

- 新たな機械・設備の導入: 生産速度の向上、作業時間の短縮、品質向上に繋がる機械や設備を導入します(例:包装機<sup>41</sup>、調理器具<sup>40</sup>、特殊印刷機<sup>44</sup>、移動式設備<sup>44</sup>)。ただし、単なる老朽化による更新・取替えは対象外となる場合があります<sup>11</sup>。補助事業によって新たな能力を獲得する、あるいは大幅な効率改善が見込めることが重要です。
- ITツールの導入・活用:
  - 販売・顧客管理: POSレジシステム<sup>45</sup>、販売管理ソフト、在庫管理システム、顧客管理システム(CRM)。
  - 業務効率化: 会計ソフト、給与計算ソフト<sup>46</sup>、グループウェア(スケジュール共有、情報共有)<sup>47</sup>、予約システム、RPA(定型業務自動化)<sup>46</sup>。
  - 生産管理: 生産管理システム、原価管理システム<sup>46</sup>。
  - その他: 3Dスキャナー<sup>45</sup>、オンライン会議システム、クラウドサービス活用による情報共有<sup>46</sup>。
- 業務プロセスの改善: ITツール導入等を通じて、既存の作業フローを見直し、無駄を削減します<sup>46</sup>。
- 効果への繋がり: これらの取り組みが、具体的にどのように業務効率改善(時間短縮<sup>48</sup>、コスト削減<sup>50</sup>)、生産量増加<sup>30</sup>、従業員の負担軽減<sup>17</sup>、あるいは販路開拓活動の強化に繋がるのかを説明します。
- IT活用の明示: ITツールを導入・活用する場合は、その旨を明確に記述し、\*\*どのように有効活用(有効に活用)\*\*するのかを具体的に示すことが、評価を高める上で重要です<sup>6</sup>

。

表4.2: 中小企業の生産性向上に資するITツール例

ツールカテゴリ	具体的なツール例	期待される効果例	関連情報源例
コミュニケーション・情報共有	グループウェア、ビジネスチャット、Web会議システム	迅速な情報共有、意思決定の迅速化、場所を選ばない連携	47
販売・顧客管理	POSレジシステム、販売管理ソフト、CRM、SFA	売上・顧客データ分析、在庫最適化、顧客対応品質向上、営業活動効率化	45
会計・バックオフィス	クラウド会計ソフト、給与計算ソフト、経費精算システム	経理業務の自動化・効率化、入力ミスの削減、ペーパーレス化	46
生産・業務管理	生産管理システム、在庫管理システム、予約システム	生産計画の最適化、在庫管理の効率化、作業ミスの削減、予約管理の自動化	46
業務自動化	RPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)	定型的なPC作業(データ入力、転記など)の自動化による大幅な時間削減、ミス防止	46
その他	ECサイト構築ツール、eラーニングシステム	新たな販売チャネル構築、従業員教育の効率化	45

(注: 上記は一般的な例です。自社の課題解決に繋がる最適なツールを選定することが重要です。)

#### D. 事業遂行の実施体制とスケジュール

計画を「絵に描いた餅」にしないために、誰が、いつ、何を行うのかを具体的に示します。

- **実施体制 (Who):** 補助事業を誰が中心となって進めるのかを明記します(例: 代表者、担当従業員、外部委託先など)<sup>17</sup>。
- **スケジュール (When):** 補助事業実施期間内<sup>1</sup>での、主要な活動の開始・完了時期を月



単位などで具体的に示します<sup>17</sup>。現実的で実行可能なスケジュールであることが重要です。

- **実現可能性 (Feasibility):** 示された体制とスケジュールによって、計画された補助事業が期間内に確実に実行できることを、審査員に納得させる必要があります<sup>6</sup>。

## E. 資金調達計画

補助金は経費支出後の後払い<sup>11</sup>であるため、補助対象経費総額のうち、補助金相当額以外の自己負担分と、補助金が交付されるまでの間の立替払いに必要な資金を、どのように準備するのかを簡潔に記載します。

補助事業計画において、曖昧な記述は計画の実現可能性<sup>6</sup>を著しく損ないます。例えば、「マーケティングを強化する」ではなく、「〇〇(媒体)に広告を掲載し(予算△△円)、□□(担当者)が管理し、X四半期に実施する」といった具体的な記述が求められます。「何を」「誰が」「いつ」「どのように」行うのかを詳細に示すことで、計画が綿密に練られていることが伝わり、審査員の信頼を得ることができます。

## V. 「補助事業の効果」の示し方: 説得力のある数値目標と根拠

補助事業を実施することによって、どのような効果が期待できるのかを具体的に示すことは、計画の説得力を高め、採択を左右する重要な要素です。特に、数値目標とその算出根拠を明確にすることが求められます。

### A. なぜ効果測定が重要か

補助事業の効果を示すことが重要視される理由は複数あります。

- 審査における評価項目: 補助事業による売上増加や生産性向上の効果は、審査における重要な評価項目の一つです<sup>6</sup>。効果が不明確な計画は、補助金を投入する価値が低いと判断される可能性があります。
- 公的資金としての説明責任: 補助金は税金などの公的資金によって賄われています<sup>5</sup>。そのため、投入した資金に対してどのような効果(リターン)があったのかを、定量的・定性的に示すことが求められます。実際に、事業完了後には効果報告(例: 様式第14)が必要となる場合があります<sup>1</sup>。
- 事業計画としての妥当性: 目標を設定し、その達成度を測ることは、事業計画を推進し、進捗を管理する上で不可欠な要素です。

### B. 具体的な効果指標の設定: 売上、利益、顧客数、生産効率等

補助事業の成果を測るための具体的な指標を設定します。可能な限り、数値で測定できる定量的な目標を設定しましょう<sup>10</sup>。

- 定量的な指標例:
  - 売上高: X%増加、〇〇円増加(例: 宿泊業の記載例では具体的な売上目標額を設定

<sup>21)</sup>。

- 利益額・利益率: 粗利益〇〇円増加、利益率X%改善。
- 顧客数: 新規顧客獲得数〇〇人、リピート率X%向上、来店客数〇〇人増加(例: 宿泊業の記載例では具体的な宿泊・日帰り客数目標を設定<sup>21)</sup>)。
- 生産性: 特定作業の時間短縮〇〇時間/月<sup>48)</sup>、単位時間あたりの生産量X%向上(例: ルアー生産数が月20個→100個に増加<sup>30)</sup>、コスト削減額〇〇円/年<sup>50)</sup>。
- Web関連: ウェブサイトのアクセス数X%増、オンライン経由の問い合わせ・受注件数〇〇件増<sup>41)</sup>、ECサイト売上〇〇円増。
- 定性的な効果: 数値化しにくい効果についても言及します。例えば、ブランドイメージの向上、顧客満足度の向上、従業員のモチベーション向上、地域社会への貢献(例: バリアフリー化による高齢者利用促進<sup>21)</sup>)などが考えられます<sup>17)</sup>。

### C. SMARTフレームワークの活用

効果目標を設定する際には、「SMART」のフレームワークを活用すると、具体的で達成可能な目標を設定しやすくなります<sup>52)</sup>。

- **S (Specific - 具体的):** 目標は曖昧でなく、誰が読んでも明確に理解できるか? (例: 「ECサイト売上増」ではなく「新規ECサイト経由での〇〇(商品)の売上を〇〇円増加させる」)<sup>52)</sup>
- **M (Measurable - 測定可能):** 目標の達成度を客観的に測定できるか? (例: 「売上向上」ではなく「売上高を前期比15%増加させる」)<sup>52)</sup>
- **A (Achievable - 達成可能):** 目標は現実的で、努力すれば達成できる範囲か? 高すぎる目標は意欲を削ぎます<sup>52)</sup>。自社の能力や市場環境を考慮しましょう。
- **R (Relevant - 関連性):** 目標は、事業全体の経営方針や補助金の目的と関連しているか? <sup>52)</sup> SWOT分析で特定した課題解決に繋がるか?
- **T (Time-bound - 期限設定):** いつまでに目標を達成するのか、明確な期限が設定されているか? (例: 「補助事業完了後1年以内に」)<sup>52)</sup>

SMART<sup>52)</sup>を用いることで、単なる願望やスローガンが、具体的で追跡可能な「目標」へと変わります。このフレームワークは、審査基準で求められる計画の具体性、実現可能性、測定可能性<sup>6)</sup>に自然と対応する形で目標を設定するのに役立ちます。「売上を上げる」という漠然とした考えから、「新規ECサイト導入により、12ヶ月以内にオンライン売上を15%増加させる」という具体的なコミットメントへと導くことで、計画の信頼性が格段に向上します。

### D. 算出根拠の明確な説明 (算出根拠)

目標数値を設定する上で最も重要なのが、その算出根拠 (さんしゅつこんきょ) を明確に示すことです<sup>10)</sup>。単に「売上20%増」と書くだけでは不十分で、なぜその数値目標が妥当だと考えられるのか、その計算ロジックを説明する必要があります。

- 算出根拠の例:

- 過去の実績: 過去に実施した類似の小規模な取り組みの結果を基に推定する。
- 市場データ・業界平均: 公的統計<sup>30</sup>や業界レポートなどの客観的データを参照する。
- 設備能力の向上: 新規導入する設備の生産能力向上分から販売増加可能量を計算する(例:「旧設備20個/時→新設備50個/時。稼働率〇%で△個/月増産、単価□円で売上増を見込む」)。
- コスト削減効果: これまで外注していた作業を内製化することによる費用削減額を計算する<sup>50</sup>。
- マーケティング効果の試算: 計画している広告や販促活動のリーチ数(到達人数)と、過去のキャンペーン等から想定される現実的なコンバージョン率(成約率)を掛け合わせて試算する。
- 現実的な試算: 過度に楽観的な見通しではなく、保守的な(控えめな)前提に基づいた試算を心がけます<sup>50</sup>。どのような仮定を置いているのかを明記することも有効です。
- 明瞭な説明: 計算のロジックは、複雑にしすぎず、審査員が容易に理解できるように、シンプルかつ明確に記述します<sup>59</sup>。

算出根拠は、設定した目標数値が単なる希望的観測ではなく、論理と(ある程度の)証拠に基づいていることを示すものです。明確で合理的な算出根拠<sup>50</sup>を示すことは、計画の「実現可能性」と「有効性」<sup>6</sup>に対する審査員の評価を大きく左右します。根拠が不明瞭であれば、計画全体の信頼性が揺らぎかねません。例えば、売上増加目標について、計画しているマーケティング活動の想定リーチ数と、過去の実績に基づいた控えめな成約率から試算した結果であることを示せば<sup>28</sup>、単に目標数値を掲げるよりもはるかに説得力が増します。この透明性が信頼を築き、計画の効果に対する確信を深めるのです。

## VI. 計画書全体の質を高めるために: 熱意と実現性を伝える工夫

事業計画書は、単なる事実の羅列ではなく、審査員に計画の魅力と実現可能性を伝え、採択へと導くためのコミュニケーションツールです。内容の充実はもちろん、伝え方にも工夫を凝らすことで、計画書全体の質を高めることができます。

### A. 説得力のある言葉遣いと構成

- 熱意と専門性の両立: 事業に対する熱意や想いを伝えることは重要ですが、感情的な表現に偏らず、客観的な分析に基づいた専門的な視点も維持します。
- 物語性 (ストーリーテリング): 自社のこれまでの歩み、直面している課題、目指す未来像、そして今回の補助事業がその未来へ至るための重要な「架け橋」となる、という一貫したストーリーを意識して構成します(前述 I.D項参照)。
- 便益 (ベネフィット) の強調: 補助事業を通じて、自社だけでなく、顧客や地域社会にどのような良い影響(メリット)をもたらすのかを具体的に示します<sup>17</sup>。
- 構成の工夫: 序盤で計画の目的と概要を明確に示し、結論部分で期待される効果と事業の意義を改めて強調するなど、論理的で分かりやすい構成を心がけます。

## B. 視覚的要素の活用: 図、グラフ、写真

文字ばかりの計画書は読みにくく、内容が伝わりにくい場合があります。図、グラフ、写真などを効果的に活用し、視覚的な分かりやすさを高めましょう。

- 可読性の向上: 適度なビジュアル要素は、文章の単調さを和らげ、読み手の理解を助けます<sup>22</sup>。
- 情報の効果的な伝達:
  - 財務状況の推移はグラフで示すと分かりやすい<sup>21</sup>。
  - 市場データやアンケート結果もグラフ化すると傾向を掴みやすくなります。
  - 商品、店舗、設備などの写真は、具体的なイメージを伝えるのに有効です<sup>17</sup>。
  - 複雑なビジネスモデルや業務フローは、図で示すと理解が深まります<sup>22</sup>。
- 注意点: 使用する図表や写真は、シンプルで見やすく、本文の内容と直接関連しているものを選びます。過度な装飾は避け、あくまで内容の理解を助ける補助的な役割として活用します。

## C. 支援機関との連携: 商工会議所・商工会、専門家

計画書作成は孤独な作業ではありません。利用可能な支援を積極的に活用することで、計画の質を客観的に高めることができます。

- 商工会議所・商工会への相談:
  - 前述の通り(前述 I.C項参照)、早期かつ積極的な相談が不可欠です<sup>10</sup>。
  - 計画書(様式2・3の下書きなど)を持参し、内容について具体的なアドバイスを求めましょう<sup>15</sup>。多くの申請事例を見ている担当者からは、自社だけでは気づかない視点や、よくある不備についての指摘が期待できます<sup>17</sup>。
- 専門家(中小企業診断士など)の活用:
  - 補助金申請に詳しい中小企業診断士などの専門家に相談することも有効な手段です<sup>18</sup>。
  - 専門家は、戦略的な視点からのアドバイス、計画全体の構成や表現の改善、採択されやすいポイントの指導などが期待できます。
  - 完成した計画書を第三者(専門家でなくても可)に見てもらい、客観的な意見を聞くことも、分かりやすさの向上に繋がります<sup>28</sup>。

商工会議所・商工会や専門家といった支援体制を活用することは、弱さの表れではなく、計画の質と実現可能性を高めるための賢明な戦略です。客観的なフィードバックは、申請者自身が見落としがちな誤りや論理的なギャップを発見する助けとなります。補助金制度自体が商工会議所・商工会との連携を前提としており<sup>10</sup>、専門家もこの分野での支援を専門としています<sup>22</sup>。これらのサポートを積極的に活用し、フィードバックを計画に反映させることで、審査員の期待に応える、より完成度の高い計画書を作成することが可能となり、結果的に採択の可能性を高めることに繋がります。



## VII. まとめ：採択に向けて最終チェックポイント

事業計画書が完成したら、提出前に最終確認を行うことが重要です。また、採択後の手続きについても事前に理解しておくことで、スムーズな事業実施に繋がります。

### A. 提出前チェックリスト

電子申請システムで送信する前に、以下の項目を最終確認しましょう。

- ☐ 必須情報の網羅性: 申請に必要な情報が全て入力されているか？ 必要な添付書類（様式4など）は準備できているか？<sup>20</sup>
- ☐ 内容の一貫性: 経営分析、目標、補助事業計画、経費、期待される効果の間に論理的な矛盾はないか？
- ☐ 公募要領との整合性: 第17回の最新公募要領に記載された要件（対象者、対象経費、申請枠の条件など）を全て満たしているか？
- ☐ 様式4の状況: 事業支援計画書（様式4）は、締切日までに商工会議所・商工会に依頼し、受領済みか（または受領見込みか）？
- ☐ 誤字脱字・表現: 誤字脱字はないか？ 分かりにくい表現はないか？ 全体を通して読みやすいか？
- ☐ GビズID: GビズIDプライムアカウントは取得済みで、Jグランツへのログインは問題なく行えるか？
- ☐ 持続的発展への貢献: 計画全体として、補助事業が自社の持続的な発展にどう繋がることが明確に示されているか？
- ☐ 算出根拠の明記: 設定した数値目標（売上、効果など）の算出根拠は、具体的かつ明確に説明されているか？
- ☐ IT活用の明示: ITを活用する取り組みが含まれる場合、その内容と有効性が具体的に記述されているか？
- ☐ 締切の再確認: 最終的な申請締切日時を再度確認したか？

### B. 採択後の流れと留意点

無事に採択された後も、適切な手続きと管理が必要です。

- 採択通知と交付決定: 採択されるとまず「採択通知」が届き、その後、正式な「交付決定通知書」が送付されます<sup>13</sup>。
- 事業開始: 補助事業は、原則として\*\*「交付決定通知書」の受領日以降\*\*に開始できます<sup>13</sup>。それ以前に発生した経費は補助対象外となるため注意が必要です。
- 計画に沿った実施: 採択された事業計画書の内容に基づき、定められた期間内に補助事業を着実に実施します<sup>5</sup>。
- 証拠書類の保管: 補助事業に関する全ての書類（見積書、契約書、発注書、納品書、請求書、支払いを確認できる書類（銀行振込の控えなど）<sup>13</sup>）を整理・保管します。これは後の実績報告で必須となります<sup>13</sup>。

- 実績報告: 補助事業が完了したら、定められた期限内に「補助事業実績報告書」を作成し、証拠書類とともに提出します<sup>13</sup>。
- 補助金の交付: 実績報告書の内容が審査され、適正と認められた後、補助金が指定口座に振り込まれます(後払い)<sup>11</sup>。
- 事業効果報告: 補助事業完了後、一定期間(例:1年後)に、事業効果(売上、賃金引上げ状況など)に関する報告(例:様式第14)を求められる場合があります<sup>1</sup>。
- 収益納付の可能性: 補助事業の実施により直接的な収益(例:補助金で購入した設備のみで製造した製品の販売利益)が発生した場合、補助金の一部を返納(収益納付)する必要があることがあります<sup>30</sup>。詳細は交付規程<sup>3</sup>で確認が必要です。

採択されることだけがゴールではありません。補助事業を計画通りに遂行し、定められた手続き(証拠書類の保管、実績報告など<sup>5</sup>)を適切に行うことが、最終的な補助金受給には不可欠です。計画段階から、これらの採択後のプロセスを念頭に置くことが重要です。例えば、実績報告で詳細な経費の証明が必要になることを理解していれば、計画段階での予算策定(積算の透明・適切性<sup>6</sup>)がより慎重になります。また、事業効果の報告<sup>3</sup>が求められることを知っていれば、計画段階で測定可能な目標(SMART<sup>52</sup>)を設定することの重要性がより深く認識されるでしょう。このように、最終的な報告・精算を見据えて計画を立てることが、より堅牢で、実行可能な事業計画に繋がります。

本ガイドが、小規模事業者持続化補助金の採択を目指すすべての事業者様の一助となれば幸いです。

## 引用文献

1. 小規模事業者持続化補助金とは？第17回公募要領公表(制度概要やスケジュール) - note, 4月 16, 2025にアクセス、<https://note.com/hitorikaisha/n/n1bab2b4fd936>
2. 最新の補助金情報 | 補助金活用ナビ(中小機構), 4月 16, 2025にアクセス、<https://seisansei.smrj.go.jp/>
3. 小規模事業者持続化補助金(一般型), 4月 16, 2025にアクセス、<https://r3.jizokukahojokin.info/>
4. 規模事業者持続化補助金のご案内 - 補助金活用ナビ - 中小機構, 4月 16, 2025にアクセス、[https://seisansei.smrj.go.jp/subsidy\\_guide/subsidy\\_info/sustainability\\_subsidy.html](https://seisansei.smrj.go.jp/subsidy_guide/subsidy_info/sustainability_subsidy.html)
5. 小規模事業者持続化補助金<一般型> 補助事業の手引き(第14回受付締切分), 4月 16, 2025にアクセス、[https://www.shokokai.or.jp/jizokuka\\_r1h/doc/2023/manual/%E7%AC%AC14%E5%9B%9E\\_%E8%A3%9C%E5%8A%A9%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E3%81%AE%E6%89%8B%E5%BC%95%E3%81%8D.pdf?0304](https://www.shokokai.or.jp/jizokuka_r1h/doc/2023/manual/%E7%AC%AC14%E5%9B%9E_%E8%A3%9C%E5%8A%A9%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E3%81%AE%E6%89%8B%E5%BC%95%E3%81%8D.pdf?0304)
6. www.jizokukanb.com, 4月 16, 2025にアクセス、[https://www.jizokukanb.com/jizokuka\\_r6h/doc/kobo/r6\\_1/%E4%B8%80%E8%88%AC%E5%9E%8B\\_%E5%85%AC%E5%8B%9F%E8%A6%81%E9%A0%98\\_%E7%AC%AC1%E7%89%88%E5%BC%88%E4%BF%AE%E6%AD%A3%E7%89%88%E5%BC%89.pdf?0313](https://www.jizokukanb.com/jizokuka_r6h/doc/kobo/r6_1/%E4%B8%80%E8%88%AC%E5%9E%8B_%E5%85%AC%E5%8B%9F%E8%A6%81%E9%A0%98_%E7%AC%AC1%E7%89%88%E5%BC%88%E4%BF%AE%E6%AD%A3%E7%89%88%E5%BC%89.pdf?0313)

7. 「小規模事業者持続化補助金＜創業型＞（第1回）」の公募要領（暫定版）を公開しました、4月16, 2025にアクセス、  
[https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/shokibo/2025/250304jizoku\\_02.html](https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/shokibo/2025/250304jizoku_02.html)
8. 「小規模事業者持続化補助金＜一般型・通常枠＞（第17回）」の公募要領（暫定版）を公開しました、4月16, 2025にアクセス、  
[https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/shokibo/2025/250304jizoku\\_01.html](https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/shokibo/2025/250304jizoku_01.html)
9. 商工会議所地区 小規模事業者持続化補助金＜一般型＞（第17回受付締切回）、4月16, 2025にアクセス、<https://r6.jizokukahojokin.info/>
10. 【2025年最新版】小規模事業者持続化補助金とは？概要や変更点などを解説 - 創業手帳、4月16, 2025にアクセス、<https://sogyotech.jp/jizokukahojokin-2023/>
11. 小規模事業者持続化補助金＜一般型＞ 第13回公募 公募要領 - 全国商工会連合会、4月16, 2025にアクセス、  
[https://www.shokokai.or.jp/jizokuka\\_r1h/doc/2022/R1%E8%A3%9C%E6%AD%A3%E3%83%BBR3%E8%A3%9C%E6%AD%A3%E5%B0%8F%E8%A6%8F%E6%A8%A1%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E8%80%85%E6%8C%81%E7%B6%9A%E5%8C%96%E8%A3%9C%E5%8A%A9%E9%87%91%E3%80%88%E4%B8%80%E8%88%AC%E5%9E%8B%E3%80%89%E5%85%AC%E5%8B%9F%E8%A6%81%E9%A0%98.pdf](https://www.shokokai.or.jp/jizokuka_r1h/doc/2022/R1%E8%A3%9C%E6%AD%A3%E3%83%BBR3%E8%A3%9C%E6%AD%A3%E5%B0%8F%E8%A6%8F%E6%A8%A1%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E8%80%85%E6%8C%81%E7%B6%9A%E5%8C%96%E8%A3%9C%E5%8A%A9%E9%87%91%E3%80%88%E4%B8%80%E8%88%AC%E5%9E%8B%E3%80%89%E5%85%AC%E5%8B%9F%E8%A6%81%E9%A0%98.pdf)
12. 「小規模事業者持続化補助金＜共同・協業型＞（第1回）」の公募要領（暫定版）を公開しました - 中小企業庁、4月16, 2025にアクセス、  
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/shokibo/2025/250331hanro.html>
13. 2025年度最新！小規模事業者持続化補助金のスケジュールは？、4月16, 2025にアクセス、  
[https://hojyokin-concierge.com/media/2025/01/07/2025\\_shoukibojigyousha\\_jizokukahojyokin\\_schedule](https://hojyokin-concierge.com/media/2025/01/07/2025_shoukibojigyousha_jizokukahojyokin_schedule)
14. 小規模事業者持続化補助金【一般型・通常枠】申請について、4月16, 2025にアクセス、[https://www.jizokukanb.com/jizokuka\\_r6h/shinsei.html](https://www.jizokukanb.com/jizokuka_r6h/shinsei.html)
15. 小規模事業者持続化補助金 - 東京商工会議所、4月16, 2025にアクセス、  
<https://www.tokyo-cci.or.jp/jizokuka/>
16. 創業3年以内の小規模事業者を重点的に支援する持続化補助金（創業型）の公募要領を公開：中小企業庁 | 支援 - J-Net21、4月16, 2025にアクセス、  
<https://j-net21.smrj.go.jp/news/cek71k000000g9q3.html>
17. 小規模事業者持続化補助金「経営計画・補助事業計画」の書き方 - ミラサポPlus、4月16, 2025にアクセス、<https://mirasapo-plus.go.jp/hint/6666/>
18. 【2023】小規模事業者持続化補助金の書き方は？採択されるためのポイント&コツ、4月16, 2025にアクセス、  
<https://trise-c.jp/blog/small-business-sustainability-subsidy-to-write/>
19. 採択事例をヒントにした「小規模事業者持続化補助金」計画書の書き方 - ゼノンクリエイツ、4月16, 2025にアクセス、<https://zenoncreates.com/20161007-2/>
20. 申請方法 | 小規模事業者持続化補助金（一般型）、4月16, 2025にアクセス、  
<https://r3.jizokukahojokin.info/shinsei.php>
21. r3.jizokukahojokin.info、4月16, 2025にアクセス、  
[https://r3.jizokukahojokin.info/doc/r3i\\_kisairai\\_shukuhaku.pdf](https://r3.jizokukahojokin.info/doc/r3i_kisairai_shukuhaku.pdf)
22. 誰でもできる小規模事業者持続化補助金の事業計画書作成を中小企業診断士がわかりやすく解説、4月16, 2025にアクセス、<https://ssk-smec.jp/blog/94.html>
23. 小規模事業者持続化補助金の申請書類の書き方は？記入例を交えて解説 - 株式会社

- SoLabo, 4月 16, 2025にアクセス、<https://so-labo.co.jp/hojyokin/jizokuka/basic/105/>
24. 持続化補助金の採択発表・事業計画書の記載見本・小規模事業者・中小企業・個人事業主などが対象【中小企業診断士YouTuber マキノヤ先生】第1983回 - YouTube, 4月 16, 2025にアクセス、<https://www.youtube.com/watch?v=7wIUeJuOEN0>
  25. 持続化補助金・計画書 記入例・申請3月14日まで【中小企業診断士YouTuber マキノヤ先生】第1681回 - YouTube, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://www.youtube.com/watch?v=PIRtVEoTMho>
  26. 交付規定様式集 - 商工会議所, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://www.jcci.or.jp/bizcom/yoshikishu.docx>
  27. 【2025年度版】小規模事業者持続化補助金、事業計画書の書き方をサンプル付で解説！, 4月 16, 2025にアクセス、  
[https://hojyokin-concierge.com/media/2024/06/04/r6\\_shoukibo\\_jizokukahojyokin\\_kojinjigyonushi\\_kakikata\\_jigyokeikakusho](https://hojyokin-concierge.com/media/2024/06/04/r6_shoukibo_jizokukahojyokin_kojinjigyonushi_kakikata_jigyokeikakusho)
  28. 【採択率が上がる！】小規模事業者持続化補助金の書き方は？ 採択 ..., 4月 16, 2025にアクセス、<https://sogyotech.jp/h28-subsidy/>
  29. 補助金の申請事例・小規模事業者持続化補助金① - ミラサポPlus, 4月 16, 2025にアクセス、<https://mirasapo-plus.go.jp/hint/7304/>
  30. 小規模事業者持続化補助金で販路開拓！競合と差をつける「政策加点」も解説 - 社長の顧問, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://shacho-no-komon.net/column/small-business-sustainability-subsidy-overview>
  31. 【図解・事例付】新規事業のSWOT分析のやり方/活用事例を解説, 4月 16, 2025にアクセス、<https://pro-d-use.jp/blog/swot-analysis-point/>
  32. 【SWOT分析】中小企業・個人事業主の「今」を具体的に把握する方法【フレームワーク】, 4月 16, 2025にアクセス、<https://bambooworks.co/swot/>
  33. マンガでわかる「SWOT分析」| J-Net21[中小企業ビジネス支援サイト], 4月 16, 2025にアクセス、<https://j-net21.smrj.go.jp/special/mangadewakaru/01.html>
  34. SWOT分析とは？4要素、やり方と具体例まで解説 | セールスフォース・ジャパン - Salesforce, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://www.salesforce.com/jp/resources/articles/marketing/swot/>
  35. 【2024年最新】PEST分析とは？進め方や事例、失敗しないコツを現役コンサルタントがわかりやすく解説, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://pro-connect.jp/columns/detail/pest-analysis/>
  36. 【図解】PEST分析：戦略立案のための強力なツールの手順と事例, 4月 16, 2025にアクセス、<https://www.micro-wave.net/column/detail/pest-analytics.html>
  37. PEST分析の基本と実践！テンプレートを使った具体例と成功のコツを解説 - ferret One, 4月 16, 2025にアクセス、<https://ferret-one.com/blog/pest>
  38. PEST分析とは？目的や事例、自社の戦略に活かす方法を解説, 4月 16, 2025にアクセス、<https://www.persol-group.co.jp/service/business/article/13067/>
  39. PEST分析の手順とノウハウを実例で学ぶ - マケフリ, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://makefri.jp/strategy/5946/>
  40. 小規模事業者持続化補助金における販路開拓とは？事例も交えて解説, 4月 16, 2025にアクセス、<https://so-labo.co.jp/hojyokin/jizokuka/basic/1212/>
  41. 事業計画の参考に！小規模事業者持続化補助金の採択事例・活用事例をご紹介 | 補助金を活用したブランディング・デザイン制作は 大阪府茨木市のTSUMIKI, 4月 16,



- 2025にアクセス、<https://bd-tsumiki.com/blog-hojokin-casestudy/>
42. 中小企業・個人事業主が成功する販路拡大の方法！戦略と補助金制度, 4月 16, 2025  
にアクセス、  
[https://jsaas.jp/store/information/detail/326?ref=sp&special\\_edition\\_id=100](https://jsaas.jp/store/information/detail/326?ref=sp&special_edition_id=100)
43. 販路開拓とは？知っておくべき基本と具体的な開拓方法、補助金制度を紹介 - DM  
PLUS, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://dmplus.jp/column/what-is-sales-channel-development-introduction-of-the-basics-you-need-to-know-specific-development-methods-and-subsidy-programs/>
44. 事例から学ぶ「持続化補助金」| 経済産業省 中小企業庁 - ミラサポPlus, 4月 16, 2025  
にアクセス、<https://mirasapo-plus.go.jp/hint/20509/>
45. 中小企業によるIT導入・生産性向上の取組事例 - 近畿経済産業局, 4月 16, 2025にア  
クセス、[https://www.kansai.meti.go.jp/3-2sashitsu/service/seisansei\\_jirei.html](https://www.kansai.meti.go.jp/3-2sashitsu/service/seisansei_jirei.html)
46. 生産性向上の取り組み事例 | 成功のポイントやRPAを活用した事例を紹介 - アシロボ  
マガジン, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://assirobo.com/rpa-magazine/column/case/387/>
47. IT利活用による労働生産性の向上 第4章 - 中小企業庁, 4月 16, 2025にアクセス、  
[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H30/PDF/chusho/04Hakusyo\\_part2\\_chap4\\_web.pdf](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H30/PDF/chusho/04Hakusyo_part2_chap4_web.pdf)
48. 生産性向上の成功事例18！成功企業に共通する特徴とシステムを解説, 4月 16, 2025  
にアクセス、<https://business.ntt-east.co.jp/content/cloudsolution/column-296.html>
49. 業務効率が劇的向上！中小企業のIT活用成功事例 - トップオフィスシステム株式会社,  
4月 16, 2025にアクセス、<https://www.topoffice.co.jp/news/1095/>
50. (3)事業化面\_④補助事業の費用対効果とは？ - もの補助Biz-令和3年(2021年)実施  
ものづくり補助金/事業再構築補助金の採択を勝ち取るための情報プラットフォーム, 4  
月 16, 2025にアクセス、[https://monohojyo.biz/monohojyo/checkpoint/r2\\_jigyoku4/](https://monohojyo.biz/monohojyo/checkpoint/r2_jigyoku4/)
51. 事業の具体的な取組内容・成果(概要)＜様式第8別添＞について | 採択者ページ, 4月  
16, 2025にアクセス、  
<https://www.jizokuka-post-corona.jp/eligible/attachment8-sample.html>
52. 新規事業目標設定のコツとは？「SMART」に基づく手順と具体例を紹介 - UXデザインラ  
ボ, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://www.uxdl.jp/column/setting-goals-for-new-business>
53. 成功する目標設定5つのポイント「SMARTの法則」とは？【フレームワーク解説／意味・  
具体的な使い方／ゴール設定】| GLOBIS学び放題×知見録, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://globis.jp/article/659/>
54. SMARTの法則とは？目標設定の重要性、目標の立て方、具体例について - カオナビ  
人事用語集, 4月 16, 2025にアクセス、  
<https://www.kaonavi.jp/dictionary/smart-criteria/>
55. 新事業を成功に導く「目標設定」のコツと「SMARTの法則」 - 伏見コンサルティング, 4月  
16, 2025にアクセス、<https://www.fushimi-consulting.jp/business/2300/>
56. SMARTの法則とは？目標設定の方法や目標達成するための活用方法 - freenote, 4  
月 16, 2025にアクセス、[https://freenote.work/smart\\_goals/](https://freenote.work/smart_goals/)
57. 【2024年5月】令和5年度エネ補助金で申請時の省エネ効果の測定方法「独自計算」に  
ついて解説, 4月 16, 2025にアクセス、<https://planbase.co.jp/column/309/>
58. 補助金適正化ガイドライン - 銚子市, 4月 16, 2025にアクセス、

<https://www.city.choshi.chiba.jp/content/000005807.pdf>

59. 事業再構築補助金の費用対効果とは？具体例とポイントを解説, 4月 16, 2025にアクセス、<https://mono-support.com/saikouchiku/cost-effectiveness/>
60. 補助金の基本的な考え方 - 高岡市, 4月 16, 2025にアクセス、<https://www.city.takaoka.toyama.jp/material/files/group/10/hozyokin.pdf>
61. 【小規模事業者持続化補助金】事業計画書の書き方とは？【要チェック】 - YouTube, 4月 16, 2025にアクセス、<https://m.youtube.com/watch?v=rRJP8PB7ZRg>
62. 【有料級】補助金の採択率を格段に上げる事業計画書の書き方を小規模事業者持続化を例に中小企業診断士が超具体的に解説！ - YouTube, 4月 16, 2025にアクセス、<https://m.youtube.com/watch?v=VZoEvXG7L3g>
63. 個人事業主必見！小規模事業者持続化補助金の書き方完全ガイド, 4月 16, 2025にアクセス、<https://tsuyocon.com/jizokuka-hojyokin-kakikata/>