

ビジネスフォーカス

【中小企業】
中小企業の新事業展開

アベノミクスの「第3の矢」である成長戦略は、民間企業の設備投資を喚起し、事業再編や起業を行いやすくする政策を実施するもので、民間の力を最大限引き出すことを重視している。また昨年閣議決定された、2013年度の中小企業庁「中小企業白書」で、企業の新規事業には業績改善効果があり、事業の再生や成長の観点から新規事業の展開は重要であると分析している。日本経済の成長のために、事業再編、起業、新規事業展開など、企業の活発な動き

が期待されている。

中小企業白書は、新事業展開を①新事業展開Ⅱ既存事業とは異なる事業分野・業種への進出を図ること②事業転換Ⅱ過去10年の間に新事業展開を実施し、10年前と比較して主力事業が変わったこと③多角化Ⅱ過去10年の間に新事業展開を実施した場合で、事業転換以外のものⅠと分類している。

この調査から新事業展開を実施した企業と、実施・検討したことがない企業の業績見通しを見ると、売上・利益の見通しともに「増加傾向」の割合が最も高いのが事業転換した企業、次いで多角化した企業であり、新事業展開を実施・検討したことがない企業の割合を上回っている。また、新事業展開の検討開始時期の業績傾向は、事業転換した企業、多角化した企業ともに、好転と悪化がほぼ拮抗している。好業績の企業のみが新事業展開を実施しているのではなく、業績が悪化している中、現

状打開のために新事業展開に取り組む企業が多く存在する。

しかし、新規事業への取り組みについては、問題点や課題も多い。人材確保、販路開拓、資金面、事業成否の不確実性などが、その主なものといえる。

このうち、人材の確保や販路の開拓については、その困難さを把握することは比較的容易であり、他社との提携も含めた解決策を描くこともできよう。また、事業の成否についても、自社の強み、弱みを検討し、他社との差別点を見出し、ターゲットとする市場や顧客に関する分析を行なうことにより見通すことは可能である。

一方、新規事業の推進組織や管理システムなど「目に見えない課題」も存在する。事業が思うように進まない状況において、その原因が事業自体ではなく、組織やオペレーションにある場合、その把握は難しい。国内の9割以上を占める中小企業が、新規事業に挑戦し、経

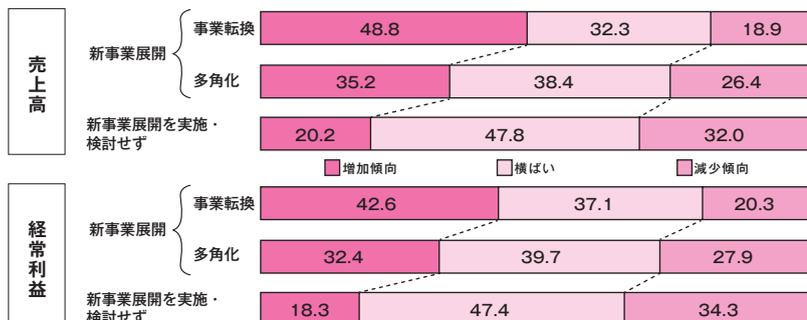
済を牽引していくためには、事業推進体制までも含めた、国によるきめの細かい支援が必要といえよう。

(矢野経済研究所

マーケティング本部長

大仲均)

中小企業白書「中小企業の新事業展開に関する調査」



※売上高、経常利益はいずれも3年後の見通し