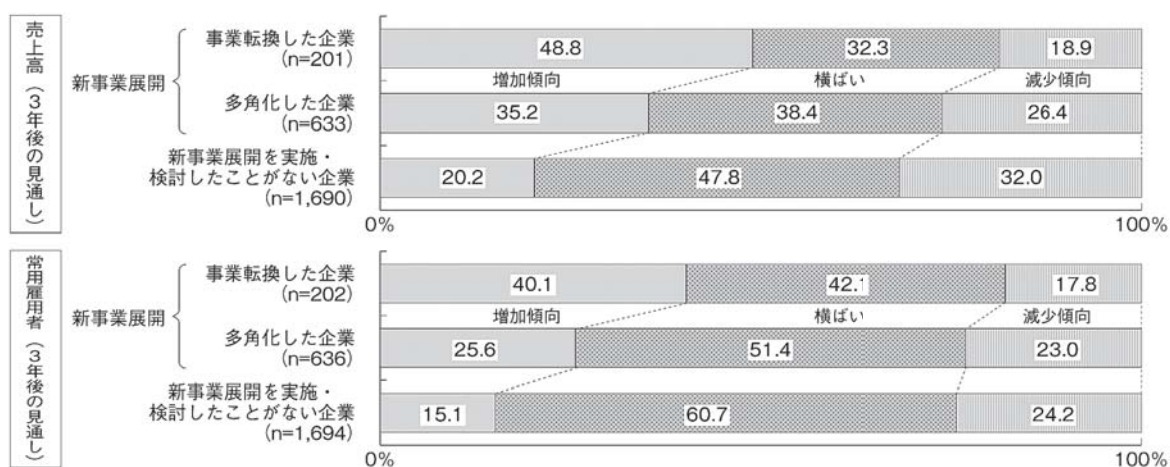


新事業展開を行った中小企業の業績見通し(売上高、経常利益、従業員数)は、新事業展開を実施・検討したことの無い企業に比べて「増加傾向」がみられ、積極的な事業展開が好業績に結びつく結果となっている(2-2-2図)。

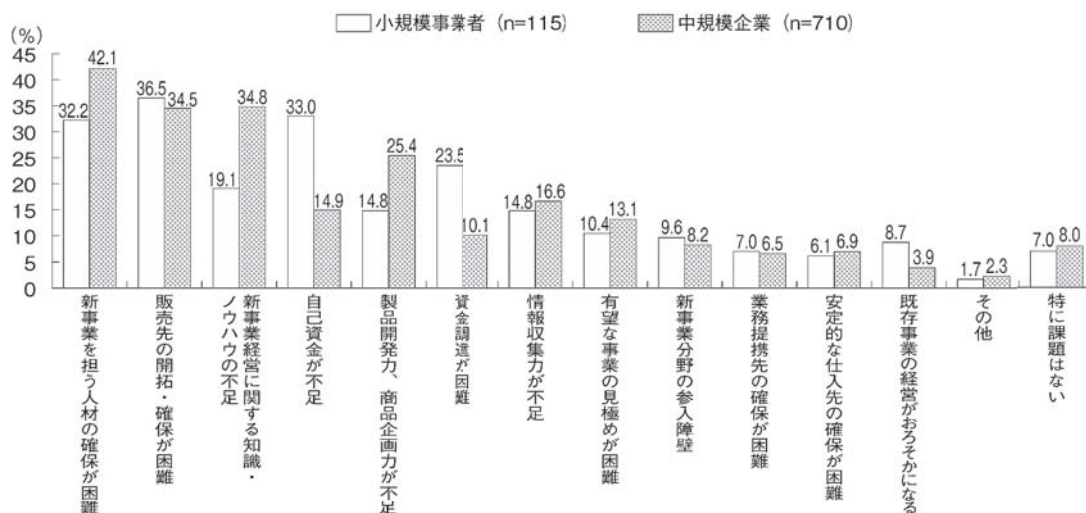
新事業展開実施有無の業績見通し〈2-2-2図〉



資料：中小企業庁委託「中小企業の新事業展開に関する調査」(2012年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))

新事業展開に取り組むと決めた企業は、その過程でさまざまな問題に直面する。規模別にみると、小規模事業者では「自己資金が不足」「資金調達が困難」といった資金面での課題が重要視され、中規模企業では「新事業を担う人材の確保が困難」「新事業経営に関する知識・ノウハウの不足」などの課題に直面する企業が多くなる(2-2-9図)。

規模別の新事業展開に際して直面した課題(複数回答)〈2-2-9図〉



資料：中小企業庁委託「中小企業の新事業展開に関する調査」(2012年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
 (注) 過去10年の間に新事業展開を実施した企業を集計している。

また、製造業に限ってみると、下請け比率が高い企業ほど「販売先の開拓・確保が困難」と回答する企業の割合が高くなる傾向がある。

新事業展開は基本的に個別企業の経営活動ではあろうが、中小企業は総じて利用できる経営資源に限りがあり、その制約を打破するためには中小企業同士が互いに連携し、不足する経営資源を相互補完する取組みも一つの方法として考えられる。『白書』では、地域で連携して新たな事業を展開した企業グループの事例や、「新事業活動・農工商連携等促進支援事業」(平成25年度。予算額19億円)のような政策的支援措置を紹介している。