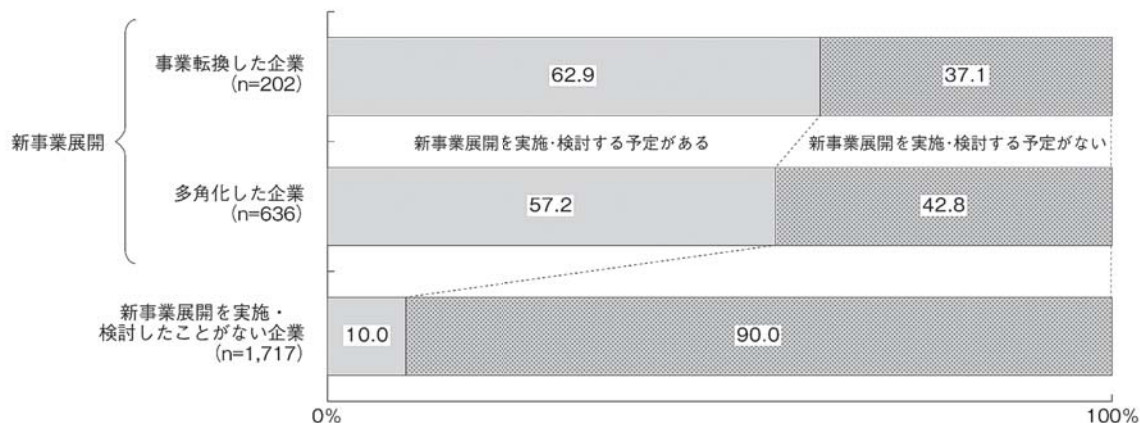


以上のような新事業展開に関する積極的な成果や事例、政策的支援措置のある一方で、多くの中小企業が新事業展開を実施・検討したことがないこともまた見逃せない事実である。『白書』によれば、事業転換や多角化を実施してきた企業の約6割が「今後も新事業展開を実施・検討する予定がある」としているのに対して、実施・検討した経験のない企業の約9割が「実施・検討する予定はない」と回答している(2-2-13図)。

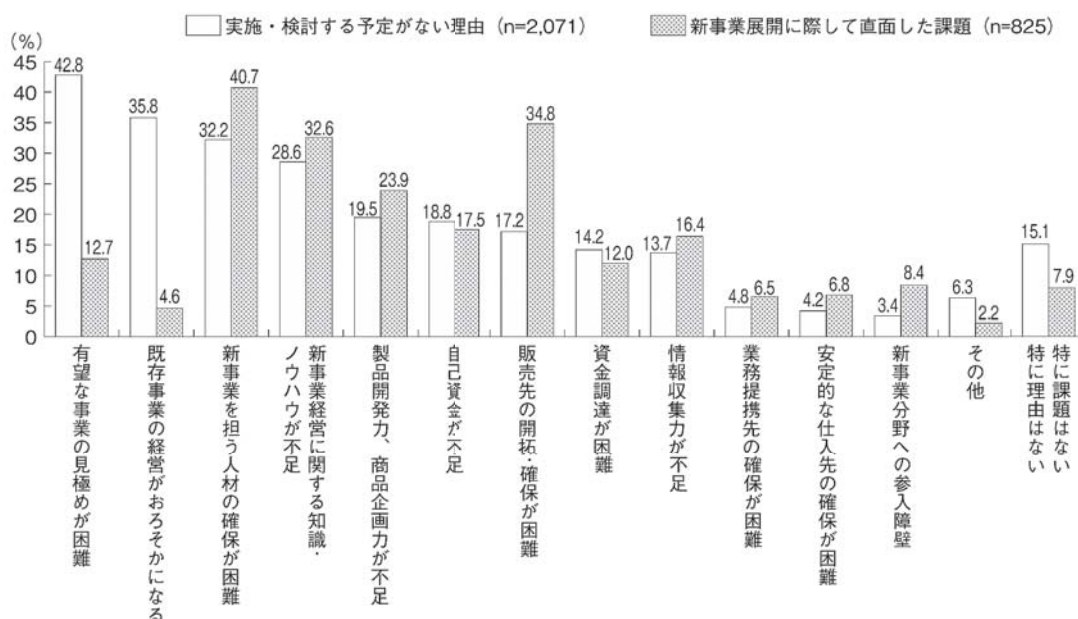
新事業展開実施有無別の今後の新事業展開の意向-----〈2-2-13図〉



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))

そのような消極的な対応となる主な理由を『白書』は「有望な事業の見極めが困難」「既存事業の経営がおろそかになる」としている(2-2-14図)。

新事業展開を実施・検討する予定がない理由と実施企業が直面した課題の比較(複数回答)-----〈2-2-14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) 1. 実施・検討する予定がない理由は、新事業展開を実施・検討する予定がないと回答した企業を集計している。
2. 新事業展開に際して直面した課題は、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。

新事業展開に取り組み、成果を挙げた企業は、「自社の強みの分析・他社研究」「既存の市場調査結果の収集・分析」などを新事業展開の事前に取り組んでいたとの報告(2-2-15図)を紹介しながら、まずは自社の現況を客観的・相対的に振り返ることから始めることを『白書』は推奨している。