

中小総研

海外展開のすすめ (IRSME14001)

平成 26 年 5 月 21 日 神村美紗

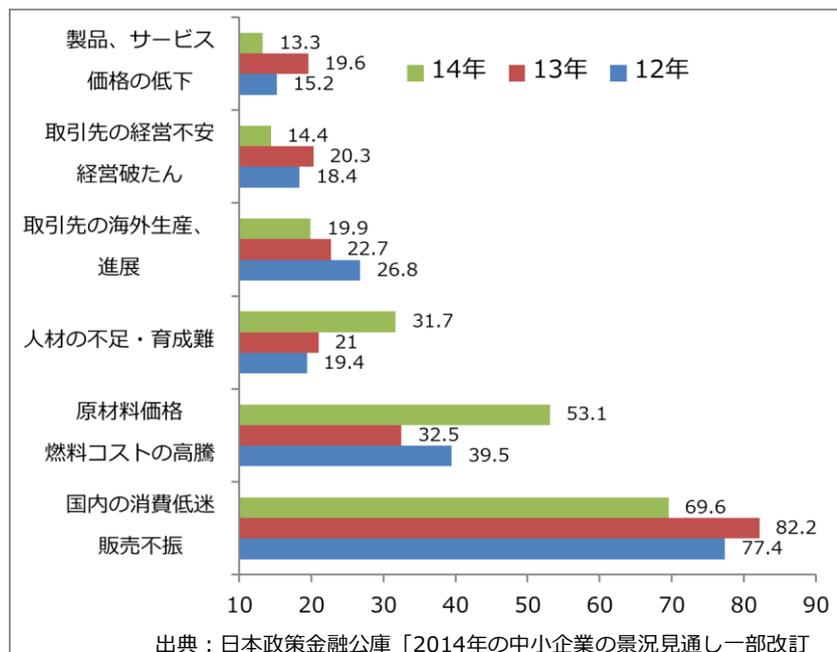
アベノミクスで景気回復という話題を新聞やテレビで耳にするが、その影響は中小企業経営者が実感するまでにはまだ至っていないのが実情だろう。波及効果が到達するまである程度時間が掛かることは理解できるが、中小企業において売上に関する課題は残ったままだ。

■ 中小企業の抱える経営課題

日本政策金融公庫「2014 年の中小企業の景況見通し」の調査によると、中小企業の経営における不安要素のうち、もっとも多かった経営課題は「国内の消費低迷・販売不振」であった。

2013 年と比較し割合は減少しているが、未だ約 70%の企業が課題であると感じている。これは、日本国内企業の生産力が非常に高い一方で、消費税増税や人口減少などの先行き不安を原因とする消費低迷が課題視されていることが要因であろう。

では、この中小企業の抱える経営課題に対してどのような方策が考えられるのだろうか。



■ 海外展開の可能性

消費拡大が見込まれる市場として海外に目を転じると、アジアなどの新興国を中心に高い経済成長が続いており、今後も継続して経済発展が見込まれている。この市場へ展開していくことが、中小企業の大きな経営課題である「国内消費低迷・販売不振」の解決策の一つであることは言うまでもない。実際に中小企業庁も、2010 年 10 月に政府や金融機関を支援機関とす

平成 26 年 5 月 21 日

(IRSME14001) 海外展開のすすめ

る中小企業海外展開支援会議を設置するなど、中小企業の海外展開支援を強化している。

海外展開というと、いわゆる直接投資である「現地法人の設立」を思い浮かべることが多いが、他にも輸出や委託など様々な選択肢がある。展開の形態を問わず、中小企業が海外展開を成功させるために必要なこととは何なのだろうか。

■ 支援機関の活用

国内の消費低迷・販売不振から、多くの中小企業が今後、海外展開のスタートや拡大を検討していると考えられるが、展開後に法制度や商習慣などの違いから、販売先との関係の継続、生産管理や品質管理など様々なトラブルが発生し、思うように事業継続できないことも少なくない。

大企業であれば多大な経営資源を投下して課題を解決することも可能であるが、経営資源が限られている中小企業には対応できる範囲が限られる。トラブルによっては、日本国内の事業維持にも影響を与えてしまう恐れすらも十分にある。

そのため、海外展開の成功のためには事前の様々な情報収集と展開における負担軽減のための公的支援策の活用が必須である。例として、下記に公的な海外展開支援機関の一例をあげる。

【支援機関】

- 日本貿易振興機構（JETRO）：輸出販路開拓、海外進出先での支援など中小企業を中心とする日本企業の海外ビジネスを支援
- 中小企業基盤整備機構：海外パートナー向けの展示会、展示会出展サポート
- 中小企業海外展開支援（JICA）：途上国への中小企業の海外展開を支援

社内の経営資源に限りのある中小企業は、国や地方自治体などの公的な機関、または金融機関やコンサル会社など民間企業が行う海外展開の支援サービスをうまく活用しながら、最大の経営課題である「国内の消費低迷・販売不振」を打破する糸口を積極的に見つけていきたい。まずはこれらの支援機関が実施しているセミナーに参加することから始めるとよい。およそ海外展開とは程遠いイメージの企業が、意外なニーズをとらえ、種々のサポートを受けながら成功している事例を学ぶことができるだろう。（了）