

平成 26 年 7 月 28 日  
株式会社日本政策金融公庫  
総合研究所

## 日本公庫総研レポート「中小企業による「新事業戦略」の展開～実態と課題～」を発行

日本政策金融公庫総合研究所では、日本公庫総研レポート「中小企業による「新事業戦略」の展開 ～実態と課題～」を発行しました。

市場環境が日々変化するなか、従来の市場にはない、または他社の追従が難しい製品・サービスを生み出す「新事業展開」によって、持続的成長を遂げている中小企業が存在します。

本レポートでは、2013 年 8 月に実施した「中小企業の新事業展開に関するアンケート」を詳細に分析するとともに、実際に新事業に取り組んでいる中小企業へのヒアリング調査から、中小企業による新事業展開の実態と業績への影響、さらには新事業を成功させるためのポイントを明らかにしました。

本レポートの概要は以下のとおりです。

### ※「新事業」の定義

- ①「新商品の提供」：従来の市場・分野を狙って新たな商品（製品・サービス）を開発・提供
- ②「新分野への進出」：従来と異なる市場・分野を狙って新たな商品を開発・提供

### 本レポートの概要

#### 1. 新事業展開をしている中小企業は少なくない

最近 10 年間に新事業展開を行っている企業の割合は 43.1%であった。半数近い中小企業が新事業に取り組んでいる。

#### 2. 新事業展開と業績には正の相関

アンケート結果から、新事業展開を行っている企業は、行っていない企業に比べて、売上高、利益額、従業員数が増加傾向にある割合が高くなっている。これらの結果は統計的手法を用いて検証しても、おおむね支持される。

#### 3. 新事業展開を成功させる 3つのポイント

新事業を成功させるポイントは、①社内の組織を整備し最適な組織に変化させること、②既存の経営資源を活用すること、③外部の力を適切に取り入れること、の3点である。

※本レポートの全文につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

#### <お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 小企業研究第一グループ（担当：深沼、藤田）  
TEL：03-3270-1687