

日経ビジネス

2018.10.29 No.1964

星野リゾート 世界への成功方程式 すべては人手不足から始まった



時事評論家 川口 幸徳 著
ソフトバンク、豊る視界
世界一へ、見えたゴーン氏の戦略

フロントランナー・小なれど新



現地で商談も実施

リソース 中小企業の海外進出を後押し

人口減少に伴う国内需要の縮小が予想される中、中小企業の積極的な海外進出を支援。利用企業が拡大する中、さらなるサポートの充実を目指す。

海外進出を支援する企業をネット検索し、見つけたのが「Digima(ディジマ)」だった。ディジマはリソース(東京・新宿)が海外進出を目指す会社に、支援企業を紹介するプラットフォームだ。ディジマは早稲田大学に登録し、リソースの担当者が依頼内容の詳細や目指す事業展開などをセリング。条件に合った候補3社の提示を受けたディジマは、リソースと面談を通じて米国などに拠点を置く1社を選び、2017年5月のサイトオープンにこぎ着けた。

「希望に合った企業をピックアップしてくれた。対応にスピード感があった」と山田部長は話す。リソースにはソックコウへのようにディジマを通じて海外進出を目指す企業からの問い合わせが毎日のように届く。リソースの取締役代表は「海外進出を目指す企業は年々増えているが、例えどどうすればいいのかわからないという企業も多い。そこに支援企業をあてがえなければ、期間も輸出につながる」と事業の意義を説明する。相談内容は



「海外で通用する日本の人材はまだまだ少ない。現地に精通する人材を求めています」

進出先選定のための「海外視察」や「市場調査」から進出先決定後の「現地法人の設立」や「オフィスの賃貸」などに進出後の「採用」や「社員教育」に関するものまで様々。リソースは相談内容に応じ、アジアと隣接する国内の弁護士や税理士、コンサルティング会社、人材紹介会社などの支援企業を紹介する。対応エリアは約150の国と地域で、ほぼ世界全域に及ぶ。

事業の中心は学生時代からの海外旅行で得た。例えばベトナムなど東南アジアのスーパーや商店、日本の食品や日本メーカーの電化製品が店頭にあふれている。限られたスペースでの狭いので「買で負けない日本製品はもっと売りたい」という思いが湧いた。それから10年以上、テレビ番組制作会社などに勤務する傍ら60か国をめぐりながら状況はほとんど変わらなかった。むしろ00年代後半になると市場の急変に伴ってあった日本の大手メーカーの看板が中国や韓国メーカーに取って替わられていく地域もあった。「このままでは日本企業は出遅れを恐る。危機感とともに、海外進出を後押しする仕組みが必要だと痛感した。」

目を付けたのが、中小企業への支援、日本貿易振興機構(JETRO)の活用なども考えられるが「利用企業の細かいニーズに合わせた対応や、事業展開後も含めたサポートは公的機関には限界がある。具体的な構想が固まっていな

リソース
2009年設立

本社 東京都港区赤坂八幡町
2-1-1 事務所 赤坂ビル

資本金 100万円

代表 山田 幸徳

売上高 1億1552万円
(2018年1-9月)

従業員数 15人

事業内容 中小企業などの海外進出を支援するプラットフォームの運営



1万社の成功が目標

09年にリソースを設立し、11年にディジマのサービスを開始。名称は同時に西洋との唯一の貿易協定だった出島から付けた。まずは横となる現地の支援企業とのネットワークづくりを始めた。各国の事情に精通した信頼できる企業でなければサービスの活用を失う。そこでディジマに足を運んで面談などを通じて実績を調査し、提携が可能か見極めた。一方で、組織づくりも進めた。海外経験が豊富、旅行が好きといった人材を採用し、手分けして20名以上を海外に派遣。関係で、初

めは100社ほどだった支援企業は現在は700社に増やした。

さらに、利用企業のハードルを下げてもらう。利用企業の費用は原則無料とした。収益は支援企業の知見やノウハウなどで確保する。登録企業は1万5000社に上り、17年の取扱は2500件となった。業績は小売りと製造業、ITなど多岐にわたる。アフィリエイトなど大手の利回も増加。収入も伸び、年商は1億円を超えた。

一方で、マッチング後に利用企業から支援企業の評価をしてもらい、改善を要するなどサービス水準の維持にも力を注ぐ。改善が認められない契約を打ち切る場合もある。現在、支援企業への評価は大部分が非公開だが、今後はオープンにして、支援企業間の競争を促すことも検討している。

目下の課題は利用企業の海外ビジネス成功率の引き上げ。これまで1万2000件ほどのマッチングを手掛けてきたが、実際に海外進出に成功した企業は約3割。さらに事業を軌道に乗せた企業となると1000社ほどに限られる。とりあえず話を聞きに来ただけだった。予算の問題で断念したりすることもあった。取締役代表は「1万社の海外ビジネス成功を目指す」と意気込み。ネットワークによる資金を支援企業が補助する仕組みづくりやクラウドファンディングの活用促進などで、単なる取引先紹介を超えたサービスへの取組を図る。今後の事業拡大に向けて課題を語る。今後は「地方からの問い合わせが半数を占める」として、海外に目を向ける企業を支援する。東京より海外に目を向ける企業はさらに増えることを目指す。目標を越えたビジネスの活発化としての役割を担っていく考えだ。