TYPE OF INDUSTRY

金融

リース業界最前線 12

海外におけるリース

SDGsとデジタル化 ニーズを先取り

三井住友ファイナンス&リース取締役専務執行役員
村田 雄史

日系リース会社の海外進出の歴史は古く、1970年代のアジアに始まり、今や米国、欧州、中国などに拠点網を広げている。当初は海外進出する日本企業のサポートが主で、海外での拡販を進めるメーカーや商社が販売ツールとしてリースを利用するのを背景に活躍の場を広げてきた。また日本企業が海外へ製造拠点を移し、さらに分業体制へと設備投資を進める中、リースは資金調達の多様化という役割も果たしてきた。

ファイナンスリースに始まり、残価リスクやメンテナンス機能を取り込むなど、リース会社はさまざまなスキームを繰り出してきた。だが超低金利や少子化の下、国内市場では従来の延長線上の伸びを大きく期待できず、各社は成長ドライバーとしての海外市場に注目している。コロナ禍による影響は地域や国で濃淡がある。中国がいち早く国内総生産（GDP）プラス圏に浮上する一方、日米欧はマイナス幅が拡大した。この傾向はビジネス現場でも同じだが、海外市場の成長ポテンシャルは引き続き魅力だ。

海外のビジネス展開には、幾つかの道筋がある。新興国をはじめとする地場の中堅・中小企業などへのサービス提供や、環境をはじめとする社会課題へのソリューションが戦略の軸になる。成長ポテンシャルを取り込むとともに、国連の持続可能な開発目標（SDGs）の達成を目指す取り組みを通じ、長期的な企業価値の向上につなげることだ。

また、コロナ禍などで急速に進むデジタル化は新しい機会をもたらす。テクノロジーの進化で「モノからコト」「所有から利用」などサービス化が進む中、アセットホルダーのリース会社に期待される役割と活動領域はますます拡大していくだろう。

課題はある。海外ではニーズの把握に加え、現地の商慣行や文化に対する理解と洞察を含め、地場企業の与信管理だけではない総合的なマネジメント能力が欠かせない。そのためには地場企業とのパートナーシップが鍵になる。またリース会社自身のデジタル化も重要だ。現場における業務のネットワーク化やデータベース化は一層加速しており、スピード感に欠けると市場から追い出される。先進的なデジタルプラットフォームをエッジに、顧客の期待を超えるサービスを提供していく必要がある。

ビジネスのターゲットは常に動いている。機能を研ぎ澄ませ、時にビジネスドメインも変化させてニーズを先取りし、社会の発展の一翼を担うことがグローバル市場におけるリース会社の役割だ。

（隔週木曜日に掲載）