

# 中小企業のアジア新興国戦略

豆生田 泰樹 ([21211319tm@tama.ac.jp](mailto:21211319tm@tama.ac.jp))

## 1. 問題意識

日本市場の縮小、衰退と同時にアジアの市場が急成長を続ける昨今。日本企業にとっては規模の大小に関わらず、アジアへの進出が生き残りの鍵となる。このような背景において、国内の産業流出は至極当然の事であるが、これまで国内産業の下支えをしてきた中小企業の高度技術は今後も国内で維持、発展させるべきではないだろうか。高度技術を有する中小企業が、大企業の下請けに甘んじたまま引きずられる形でのアジア進出をする事例は数多見られる。

本論では国内の中小企業が持つ高度技術を最大限有効活用したアジア新興国展開の戦略を模索してゆく。

## 2. 仮説

国内中小企業は高度技術を活用し、アジア新興国のハイエンド市場をターゲットとする独自製品の開発に注力すべきである。

## 3. 事例紹介

- ・岡野工業株式会社  
不可能を可能にする「世界一の職人」と呼ばれる程の技術を持つ。
- ・株式会社浜野製作所  
下町の町工場連携で「世界初」を達成。
- ・三鷹光器株式会社  
技術開発型企业で、数々の賞や特許を持つ。

## 4. 研究計画

高度技術を最大限活用できる中小企業ならではの経営方法をマーケティングの視点から検討する。さらに半世紀後の成熟したアジアにおいてもなおアジアに根付く戦略を検討する。

## 5. 参考文献・資料

- ・HP  
世界に必要とされる中小モノづくり企業(株式会社アイリンク)  
[http://ilink-corp.co.jp/small\\_business\\_management/manufacturing\\_small\\_business.html](http://ilink-corp.co.jp/small_business_management/manufacturing_small_business.html)
- GlobalStudy ASIA 縮む日本、膨らむアジア  
<http://www.globalstudyasia.com/career/>

世界の統計 2014(統計局ホームページ) 第2章 人口 2-1 世界人口の推移(1950～2050年)

<http://www.stat.go.jp/data/sekai/0116.htm>

DIAMOND online 強い中堅企業はここが違う! 第9回 2009年11月4日

<http://diamond.jp/articles/-/3146>

DIAMOND online 強い中堅企業はここが違う! 第10回 2009年11月25日

<http://diamond.jp/articles/-/819>

・書籍

加藤秀雄『日本産業と中小企業』新評論、2011

新宅純二郎、天野倫文『ものづくりの国際経営戦略』有斐閣、2009

加護野忠男『日本型経営の復権』PHP研究所、1997

日本中小企業学会『アジア新時代の中小企業』同友館、2004

・調査報告書

大阪産業経済リサーチセンター『国内中小製造業とアジアの日系製造業との関係構築に向けて』大阪府、2012