

地域製造業の新たな成長戦略 ～海外展開の現状、課題、そして未来～



Contents

- ・事例① 関西パテ化工(株) 7頁
- ・事例② (株)サンコー技研 8頁
- ・事例③ 松尾捺染(株) 9頁
- ・事例④ (株)ヤマナカゴーキン 10頁

成熟した日本市場は、少子高齢化の進行によって労働力不足が深刻化の一途を辿り、景気低迷が消費者の購買意欲を抑制するなど、複合的な要因によって消費の伸び悩みと市場規模の縮小傾向が顕著となっている。このような状況下、従来国内市場を中心に事業展開してきた企業においても、相応のコストやリスクは伴うものの、新たな活路を海外に求める動きが加速しており、持続的な成長戦略において重要な要素となっている。

増加する中小企業の海外展開

近年、SNSの浸透や国際物流の進化、政府や支援機関のサポートの充実などにより、海外展開への動きは大企業のみならず、中小企業にも広がっており、その事例は着実に増加している。グローバル化が進む現代において、海外展開は独自の技術や製品を保有する中小企業にとって、成長の機会として大きな可能性を秘めている。

グローバルな競争環境に身を置くことは、国内市場では得られない刺

激となり、更なる技術力や製品開発力の向上を促すとともに、国内におけるブランドイメージ向上にも大きく貢献するとされている。また、複数の市場に展開することで、国内経済の変動リスクを軽減する効果も見込め、安定的な事業運営に繋がる可能性があることも海外展開の重要な意義である。

実際に海外市場で高い評価と実績を築き上げている中小企業の多くは、自社の核となる技術や独自のノウハウといった強みが最も活かされる市場を選定。一歩ずつ着実に海外展開の歩みを進めることで、国内市場の事業展開だけでは到達し得なかった成長に繋がっている。

本特集では、積極的に海外展開に取り組む、新たな成長を実現している企業、これから海外へと進出しようとする企業、また違った角度から

この続きは会員事業所
のみご覧いただけます