

中小製造企業の東アジア儒教文化圏における事業展開の考察

—A 社のケースを手掛りとして—

氏 名 石崎 聖尚
指導教員 王 効平

要旨

本研究の目的は、ヒト・モノ・カネ・情報等の経営資源に限られる中小製造企業が、中国・韓国・台湾をはじめとした東アジア儒教文化圏に進出するのにどのような要素が成功に結び付くのかを解明することである。少子高齢化・人口減少に伴う国内市場の縮小が進む中、海外展開により売上増加を図ろうとする中小企業は多いが、特に人的資源・生産設備・資金確保の3要素のどれをとっても海外進出のリスクは大きい。本研究では、テーマの領域が広いため、実際に中国・韓国へ新商品の販売展開を行っているA社のケースを手掛りに考察を行った。

先行研究として東アジアの「市場構造」「ビジネス環境・外資政策」「儒教文化の影響」「地政学的視角からの位置づけ」に関する代表的な論説を整理した上、中小製造企業の海外進出実態に関する先行調査報告をも収集・解説した。最後にA社のビジネスプランの効果的な見直しに直結する国際経営戦略論の分析枠組みを考察した。

次にA社のほか、アジアに駐在員事務所を数カ所所有する地方銀行、JETRO、国際法律事務所向けにヒアリング調査を行い、バーニーの『企業戦略論』を参考に、A社を取り囲む外部環境、内部環境関係諸要素を析出した上、SWOT分析を試み、A社のビジネスプランの最適化を図った。

東アジアは今後も発展し続ける潜在性が大きく、中小製造企業にとっても積極的に進出すべきであるが、経営資源に乏しい中小製造企業にとっては失敗すれば企業存続のリスクを伴う。A社のような資源が潤沢にない中小製造企業の場合、生産委託・技術供与といった手法を用いることがリスクを大きく取らずに有効であり、その場合、特に東アジアでは信頼できるパートナーの存在が重要でと考えられる。本研究では、その他にA社の差別化戦略、成熟業界における戦略的機会について政策提言した。

キーワード：アジア市場、儒教文化、中小企業、経営戦略、SWOT