

中小企業の海外販路開拓と経営者の情熱

山本 聡, 博士 (経済学)

東京経済大学 経営学部 准教授

〒185-8502 東京都国分寺市南町 1 - 7 - 3 4

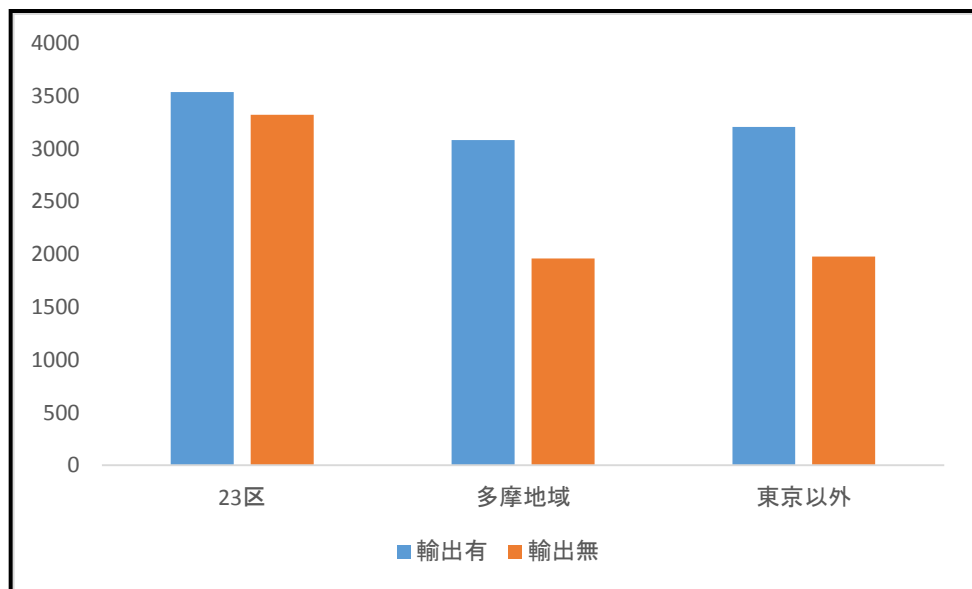
Contents

1. TSRデータによる現状分析：Evidence-Based
2. 経営者の情熱と海外販路開拓：欧米発の理論から
3. 事例：現場で起きていること
 - ピエゾパーツ
 - ハイメックス
 - ナノ・グレインズ
 - 小林製麺
4. 提言

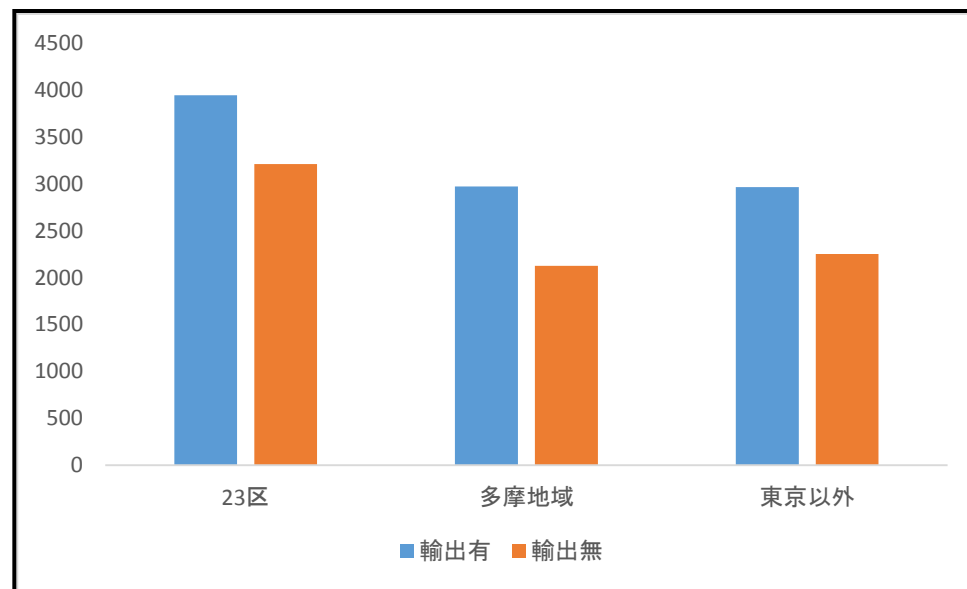
1. TSRデータによる現状分析：Evidence-Based

山本聡・東京商工リサーチの共同研究：150万社の大規模データを利用
：中小製造業の輸出有無と一人当たり月間売上高（千円） / 2017FY

従業員数20人以下



従業員数21人～300人以下



※ 従業員数20人以下×23区以外は輸出有無で有意な差

2.経営者の情熱と海外販路開拓：欧米発の理論から

近年の経営学

- ボーン・グローバル企業

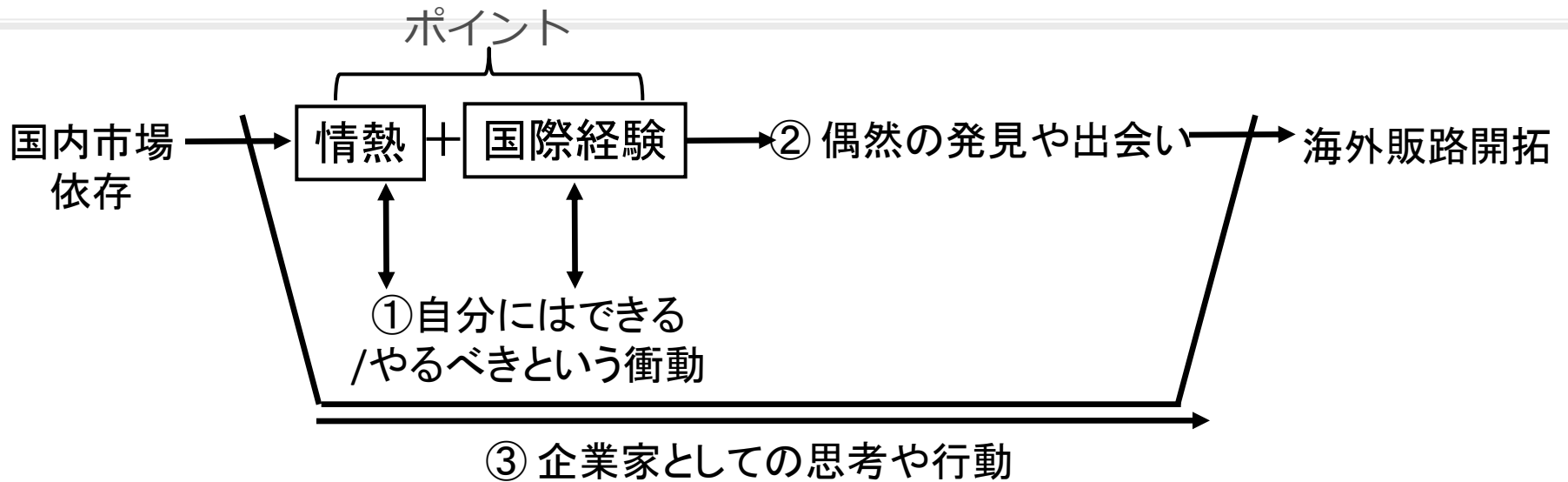
「起業後、すぐに輸出での海外市場参入する小規模企業群」

- ボーン・アゲイン・グローバル企業

「長らく国内市場で活動していたが、突然、海外市場参入など国際化を志向・実現する企業」

社会における付加価値がより高く、知識・ノウハウを創出・蓄積、新たなグローバル産業を形成するとされる。一国の経済成長を牽引する存在であり、公共政策の対象となっている。

2.経営者の情熱と海外販路開拓：欧米発の理論から



情熱

製品・サービスに関する新たなアイデアを探索することは、自分にとって楽しい
既存の製品・サービスをより良くする方法を見つけ出すことにやる気が出る

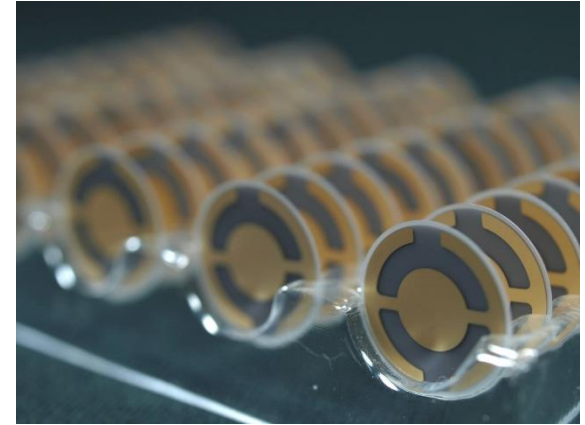
情熱から創造性が育まれ、事業機会のための新たな情報を認識、発見と活用がなされる

① エフィカシィ ② セレンディピティ ③ エフェクチュエーション

浜野社長など優れた経営者の情熱、思考、行動を他者に転用できるようにするのが理論

3. ピエゾパーツ（東京都八王子市：社長 早川祐介氏）

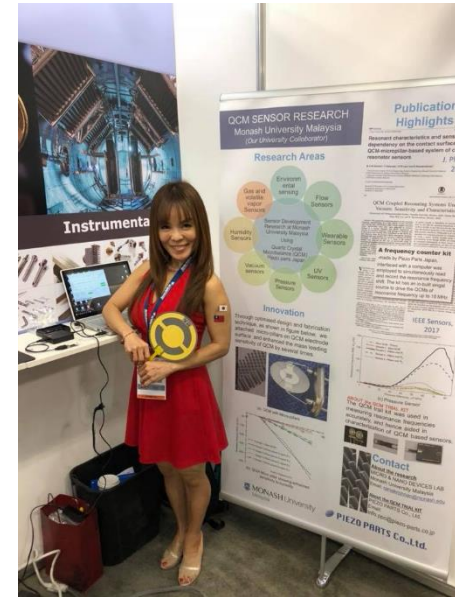
- ① 従業員数 20人
- ② 膜厚モニター水晶の製造販売・リサイクル
- ③ 2009年より、台湾市場の調査・開拓開始



製品写真

「光学機器業界が海外展開」
「当時の台湾の膜厚モニター市場は、
先代の社長が日本で膜厚モニター市場
を開拓した時と同じ状況だった」

- ④ 台湾支社の開設（2009年）
台湾企業30社と取引
アメリカ・テキサス市場の開拓
- ⑤ 家族の海外ネットワークの活用



台湾・米国での出展風景

3. ハイメックス（東京都東久留米市：社長 中島 俊英氏）

- ① 従業員数 40人
- ② エアーシャフト/ディスプレイやリチウム電池内の高機能性フィルムの巻取・巻出
- ③ 小規模企業のグローバル展開を目指し、2000年頃から海外市場開拓を模索

「遅かれ早かれ真似されるのであれば、自ら積極的に海外に出ていくべきだ。海外に行かない方がむしろリスクだ」
「海外ユーザーが安心して利用できるサービス体制の構築を目指す」
従業員数は8倍へ

- ④ 韓国、台湾、中国のディスプレイやリチウム電池市場。近年はASEANや米国市場に挑戦。国立大学、産技研との連携
- ⑤ 都立国際高校一期生
東京都の施策でフランス人を家庭に受け入れ
コロラド大学卒業



中島社長と台湾人の従業員

3. ナノ・グレインズ（長野県諏訪市:社長 小松隆史氏/小松精機工作所 専務）

- ① 従業員数 9人
- ② 金属材料の研究開発・販売・コンサル
超微細加工部品の研究開発・試作・量産
医療機器ODM、医療機器開発受託
- ③ 「産学連携での『超微細粒鋼の加工特性』
に関する研究成果は医療機器に応用可能だ」
- ④ ドイツ・医療機器製造展「COMPAMED」
米国・医療機器製造展「MD&M West」
シリコンバレーミッション参加
米国大学との共同研究を推進
- ⑤ 英国留学
創業メンバーの鈴木啓太氏は
多摩地域の手元医療機器企業出身
(5年前に東京から移住)
SESSA中小企業医療機器開発ネットワーク 代表幹事



COMPAMEDにおける出展風景



世界一細い試作呼吸器用生検鉗子

3. 小林生麺（岐阜県岐阜市:社長 小林宏規氏）

- ① 従業員数 27人
- ② 生麺/グルテンフリーヌードル
- ③ 「父の作ったものを大きなアメリカに広めていこう」
- ④ 米国、イタリア、香港など9か国にグルテンフリーヌードルを輸出



- ⑤ 米国留学後、オーストラリアの大学卒業



グルテンフリーヌードル

4. 提言

- ① 東京をボーン・グローバル企業の苗床にし、成長の原動力に
(山本聡・東京商工リサーチの研究成果)
- ② 中小企業の海外販路開拓⇔家族の国際化の重要性
- ③ 国際的起業家/企業家教育⇔教育機関の国際教育との融合
- ④ 海外販路開拓支援と先端的なマーケティング理論
海外販路開拓支援と工学（国際産学連携、博士号、学会）
の融合
- ⑤ 現場主義 + 欧米の経営理論を東京の中小企業政策へ

5. 参考文献：参考・引用順に列挙

Slide 4：山本聡・名取隆(2014)「国内中小企業の国際化プロセスと国際的企業家志向性、輸出市場志向性、学習志向性：探索的検討と仮説の提示」『ベンチャーレビュー』Vol.24、pp43-58.

Slide 4：Choquette, Eliane & Rask, Morten & Sala, Davide & Schröder, Philipp, 2017. "Born Globals—Is there fire behind the smoke?," *International Business Review*, Elsevier, vol. 26(3), pages 448-460.

Slide 5：山本聡(2015)「中小企業の国際化プロセスにおける国際的アントレプレナーシップ：IEO,エフィカシィ,EMO,セレンディピティ,エフェクチュエーション」『中小企業季報』2015年度3号, pp.11-22.

Slide 5：山本聡(2018)「中小製造業のM&Aと事業成長における企業家的情熱、使命感、やり抜く力」『日本政策金融公庫論集』第39号,pp.51-65.

Slide 6・7：山本聡・中西英一郎（2015）『多摩地域中小企業の海外事業展開に関する実態調査』東京経済大学地域連携センター・多摩信用金庫

Slide 8：山本聡(2016)「中小素形材企業の稼ぐ力と境界連結者としての経営者 ～小松精機工作所/ナノ・グレインズを事例にしながら～」『経済産業省 素形材産業を含めた製造基盤技術を活かした「稼ぐ力」研究会 報告書』<http://www.meti.go.jp/report/whitepaper/data/20170404001.html>

Slide 10：山本聡他（2018）「ボーン・グローバル企業の発生要因と経営パフォーマンス」第7回 アントレプレナーシップ・コンファレンス・ペーパー