

日本における中小企業の企業数は、バブル期の1986年をピークに大幅な減少を見せ、景気回復の兆しが見えた2012年時点との比較では、企業数で28%の減少と大幅な落ち込みを示した。とりわけ製造業にとって、2008年のリーマンショック以降の内需・外需双方の落ち込みはきわめて大きく、通常の景気循環の一局面というよりは、新時代を画する経営環境の変化が世界的規模で起こった可能性さえある。リーマンショック前に起こった経済・金融危機では、景気後退により一時的に日本の製造業の生産量が落ちても、しばらくすると日本の生産量は元の水準に戻るのが定石であった。しかし今では、リーマンショックを経て、東北大震災でのグローバルサプライチェーンの脆弱性が明らかになり、日本における製造業であること自体が負の要因として挙げられる。旧来の定石はもはや崩壊しており、景気回復のみでは日本に生産量は戻ってこない。それに加え、日本における固有な負の要因として、少子高齢化、長引く不況、デフレ、高い法人税率、日本の得意分野での中国、韓国などの台頭、中小企業のオーナーの高齢化と後継者不足、自由貿易協定参加の遅れなどがある。

経済のグローバル化も日本の中小企業に甚大な影響を与えている。旧来の日本の中小企業は、大企業との下請関係により設計図通りに作りQCDさえ守れば、取引量は守られていた。しかし、今日の中小企業は、取引先の大企業の海外移転による海外現地での調達拡大や、大企業による非日系サプライヤーの意図的な選択などにより、もはや取引量は守られない。島国である日本にとどまっていっても安泰ではない。グローバルネットワーク、情報技術等の発展により、ある日、突然、海外の企業が競合先として出現し、大企業からの注文を奪っていく。海外における性能の良い「モノ」だけでなく「ヒト」との競合、もしくは共存の必要性も見逃せない。マツダ、日産の例のようにある日、突然、上司や同僚が外国人となる可能性もある。地方の中小金型メーカーが外国企業に買収され、突如、株主が外国企業となった例もある。中小企業といえども経済のグローバル化を意識せざるえない状況である。

近年、日本における中小企業の海外進出の形態は大きく変化している。サイト管理者はリーマンショックが起こった2006年から2012年にタイに駐在し、まさに日本からの海外への生産拠点の移転による、国内の産業空洞化の総仕上げを日々感じていた。旧来は大企業の海外への生産拠点移転に伴う、大企業の系列や下請関係にある1次・2次サプライヤーの随伴海外進出が主流であった。今日の中小企業の海外進出は日本にとどまっていっても売上が激減し、やむなく廃業寸前で

海外進出する中小企業の増加である。海外進出しても約束された仕事はなく、加えてそれらの企業の会社規模は概して小さい。明らかに、経営資源が不足する中小企業群の海外進出と言える。これらの企業の海外市場に対する事前の情報収集、準備不足、海外人員等の不足は否めず、海外へ進出したが計画通りに進まず早々と撤退した企業もあった。

一方で、大企業の系列に属さない中小企業でありながら、積極的に海外展開を行い成功している企業もあり、中小企業の新しい国際化の形態とも言える、創業後もしくはその後まもなく国際事業活動を開始する「ボーングローバル企業」や、特定分野の製品・技術に強みを持ち、高い世界シェアと利益率を両立しながら輸出を基本とする海外展開を行う「グローバルニッチトップ企業」などが挙げられる。これまで国際ビジネスは、ほとんどが伝統的な大規模多国籍企業の独壇場であり、小規模な企業が直接海外市場に参入する機会は限られていると信じられてきた。経営資源も希少なそのような小規模企業が、なぜ早急に国際化を開始できるのか、海外市場で大規模多国籍企業との競争に伍していけるのは、どのような持続的競争優位性を有しているのか。

本サイトを通じ、日本における中小企業の海外への飛躍、その研究・支援ができれば幸いである。