

第2章 国外からの事業機会の取り込み

震災の影響により、大変厳しい状況が続いている中でも、今後成長が見込まれる国外からの事業機会を取り込んでいくことが必要である。中小企業が国際化に成功するためには、自らの強みと現地市場の嗜好を把握して国際化に取り組む必要がある。また、国際化に取り組んでいない中小企業でも、国外からの財・サービスの輸入や外国企業や外資系企業との取引、外国人観光客への財・サービスの販売・提供等により、国内にいながら国外からの事業機会を取り込むことも可能である。

現地の主要販売先が重視する嗜好



資料：中小企業委員「国外市場の成長の取り込みに関する調査」(2010年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
(注)中小企業のみを集計している。

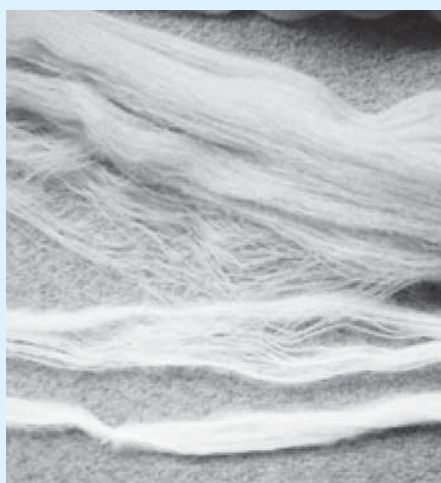
事例

高い技術力により高付加価値な糸を開発し、国際的な地位を確立した企業

山形県寒河江市の佐藤繊維株式会社(従業員143名、資本金5,410万円)は、各種ニット製品・紡績糸・ファッション製品の製造・販売を行う企業である。

同社は、原材料となる糸の紡績とその糸を用いた最終製品の製造を両方手掛けることが可能であることを強みとしている。高付加価値な製品を作る必要性を感じ、1998年から他社では形状や品質等をまねできない独自の糸の研究開発に取り組むようになった。

同社の熟練した職人の高い技術を結集して、研究開発を重ねた結果、一本の糸で太さや色が変わる糸や従来よりもかなり細いモヘア糸等の様々な付加価値の高い糸の開発に成功した。それを契機に、2001年に独自の糸を用いた自社アパレルブランドをアメリカの展示会で発表し、2007年にはイタリアでの展示会に工業用



同社の開発した従来よりも細いモヘア糸「フウガ1 / 44」

ニット糸を出展することで、各種ブランドメーカーとの取引を開始するようになった。

最近では、2009年1月のアメリカ大統領就任式や2009年12月のノーベル平和賞授賞式の席でオバマアメリカ大統領夫人が同社のモヘア糸を使用したカーディガンを着用するなど、特殊な糸の分野における国際的な地位を確立している。

震災の影響により、多くの中小企業が倒産、廃業を余儀なくされ、エネルギー制約、国内需要の収縮、グローバル競争の激化等の震災前からの課題がより深刻化することとなった。足下の復興が喫緊の課題であることは言うまでも

ないが、我が国経済が成長していくためには、起業、転業により経済の新陳代謝を促進し、中小企業が労働生産性を向上させ、国外からの事業機会を取り込んでいくことが重要である。

我が国の経済社会を支える中小企業の東日本大震災からの復興を早急に行い、我が国経済の持続的な成長のために、起業、転業、生産性の向上、国外からの事業機会の取り込みを行っていくことにより、中小企業が更なる発展を遂げていく。