

平成26年9月10日
株式会社日本政策金融公庫
総合研究所

日本公庫総研レポート「海外メーカー開拓に取り組む中小企業の現状と課題」を発行
～アジア新興国で欧米系・地場メーカーとの取引を実現した中小自動車部品サプライヤーのケーススタディ～

日本政策金融公庫総合研究所では、日本公庫総研レポート「海外メーカー開拓に取り組む中小企業の現状と課題」への取り組み」を発行しました。

近年、中国をはじめとするアジア新興国市場では、欧米系メーカーや地場メーカーといった日系以外の海外メーカーが勢力を拡大しており、日本の中小企業にとっても、日系以外の海外メーカーを開拓する必要性はますます高まっています。

本レポートでは、アジアにおいて、日系以外の海外メーカーとの取引を実現した日本の中小自動車部品サプライヤーの事例研究を行い、その成功要因と課題を明らかにしました。

本レポートの概要は以下のとおりです。

本レポートの概要

1. 海外メーカーとの取引経緯 (pp. 21-28 参照)

欧米系メーカーは、グローバルな調達を志向している。それに対して、日本の中小サプライヤーは、欧米系メーカーの本国あるいは日本国内拠点で従来から取引を有するという強みを活かすとともに、既存の海外拠点を活用することで、アジアで受注を獲得している。

一方、地場メーカーは、品質や技術を高めようとしており、サプライヤーに対するニーズを変化させている。日本の中小サプライヤーのなかには、そうした変化をチャンスととらえ、積極的に地場メーカーと取引し、日本国内での取引階層からのレベルアップを実現している企業もみられる。

2. 海外メーカーを開拓するための戦略・体制 (pp. 29-39 参照)

販売先の資本系列にかかわらず、海外メーカーを開拓するための戦略・体制には共通するものが多い。一方で、①供給先のニーズに応じて製品品質を変える、②欧米系メーカーとの取引では現地以外の拠点にも供給している、③地場メーカーとの取引では、現地合弁先企業や第三国企業といった外部資源を積極的に活用している、といった異なる部分もみられた。

3. 海外メーカー開拓における課題 (pp. 40-42 参照)

①販売先からの資金回収、②日系とは異なる受注変動リスク、③需要増に対応するための多額の設備投資と資金調達、の3点が、課題として抽出された。

※本レポートの全文につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

<お問い合わせ先>株式会社日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第二グループ (担当: 丹下)
TEL: 03-3270-1269