

販路に学ぶ中小企業

新たな地を求めて

中小企業の海外進出が社がロシアのタオル会社活発になっている。得意と設立した合弁会社シニ先の大手に追従する受け一ポーレ（ウラジミール身の進出ではなく、縮む州）の社員たちだ。国内市場に危機感を覚え、新市場を開拓するの内の富裕層が狙いだ。だが、国内でなどに平均は経験のない模造品などのなタオルの難題も待ち受ける。小より三割高

大手に頼らず海外開拓



ロシアでの本格生産を前に日本で1カ月の研修を行った

社にのぼり、前年度比一八%増。工場（東京・中央）はイ目的は「取引先からの要請」が減少。総投資額は六億円。市場の開拓が増加。工場も稼働する。同国で

た中小企業総合展。南米コロンビア大使館が初めて企業誘致へブリスを設けた。日本では麻薬など負のイメージが強いが、ホアン・ペレス二等書記官は「日本の中小は技術力が高く、提携関係を築きたい」と意欲的に話す。国内にとどまるのか、それとも新市場の開拓を

さなグローバル企業を指す動きを追う。乾燥機を駆動するモーターのすさまじい音が響く。タオル染色業、大和染工（愛媛県今治市）の工場をのぞくと、日本人と身ぶり手ぶりを交えて対話する金髪の大柄な人のロシア人がいた。同

い製品を売り出す。本格生産を控え、十月に約一カ月間の研修が行われ。今では「年商（約十五億円）に匹敵する売上高をロシアで達成したい」と意気込む。

進出先もBRICsなどの新興国へ広がり始めている。池谷隆司社長は「経済発展で事業拡大のチャンス」と手応えを感じている。同業他社に先がけて新市場に飛び込む手法は八〇年代に中国で実践済み。品質と顧客重視を学んだ現地スタッフが経営

する中国法人は、いまや日本を上回る稼ぎ頭だ。BRICsに続く新興国として台頭するベトナムなどVISTA五カ国に進出する動きもある。その一つ、アルゼンチンのバラデロで農場を取得了たのが岐阜県の実業会社、ギアリンクス（美濃加茂市）だ。

農場面積は約千二百五十万平方メートル。消費者の食の安全志向に対応し、今年には遺伝子組み換えではない大豆を日本に五百ト輸入した。〇七年九月期は売上高が四千二百万円、初めて黒字も達成。中田智洋社長は「百億円規模の事業になる可能性もある」と期待する。十月末から三日間、東京ビッグサイトで開かれ