

研究区分	教員特別研究推進 地域振興
------	---------------

研究テーマ	アフターコロナにおける中小企業の差別化戦略に関する研究				
研究組織	代表者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	落合 康裕
	研究分担者	所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
	発表者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	落合 康裕

講演題目	アフターコロナにおける中小企業の差別化戦略に関する研究
------	-----------------------------

研究の目的、成果及び今後の展望

本研究は、中小企業の差別化戦略について、複数のフィールド調査を実施することで示唆をうることを目的としている。約3年にわたるコロナ禍を経て、ようやく日本経済は正常に戻りつつある。大企業を中心に企業収益は増加し、日経平均株価はバブル経済崩壊後の最高値をつけた。他方、このような大企業の収益回復とは裏腹に、中小企業の廃業率が高まっている。要因としては、コロナ禍において「ゼロゼロ融資」の返済時期を迎えていることや、最近の物価高騰において販売価格に転嫁できない中小企業も多いことがあげられる。

中小企業の先行研究によると、経営資源が制約された中小企業が大企業と競争する場合、差別化戦略が有効である（落合，2019）。小論では、大企業が入り込めない領域で競争を展開し、独自の価値を生み続ける浜松のトリイソースにスポットライトを当て紹介しておくことにしよう。同社は、大企業がソースの新鮮さとスピードを重視する戦略をとることに対して、ソースの熟成と手間暇かけた製造（ペースト型の原材料ではなく生野菜を使って製造）をおこなっている。これは、三代目経営者による製造工程の革新である。熟成を施したソースはまるやかさが増し、素材の味を生かすソースとして多くのファンを抱える。また、同社は静岡県外における販売は、特定の取引先にのみに流通させるなど敢えて顧客が入手しにくい方法（入手しにくい価値）をとっている。大量生産と機動的な出荷が求められる大企業では、行いたくても行えない戦略になっている。トリイソースのような独自の価値を生み出す差別化戦略をとる中小企業は、他の地域でも多く存在していることが明らかにされた。なお、トリイソース以外のフィールド調査の一部は、小松史朗・落合康裕（2025）において晃洋書房より刊行されている。

本研究では、環境変化に耐えうる価値創造型の中小企業について複数事例研究を行うことによって、アフターコロナの時代における中小企業経営に実践的かつ理論的なインプリケーションを提示した。

（参考文献）

- 落合康裕（2019）『事業承継の経営学：企業はいかに後継者を育成するか』白桃書房。
- 小松史朗・落合康裕（2025）『アフターコロナを生きる中小企業者の挑戦』晃洋書房。