

平成 26 年 3 月終了
修士（学術）学位論文

環境変化によるアナログからデジタルへの中での
中小企業成長戦略
～歯科業界の事例～

Growth Strategy for Small and Medium-sized Enterprises in the Environmental
Change from Analog to Digital -A case of Dental Industry

平成 25 年 12 月 13 日
高知工科大学大学院 工学研究科 基盤工学専攻 起業家コース

学籍番号 1165083

中嶋 英陽

Hidetaka Nakajima

論文要旨

日本歯科業界は、大きな転換期を迎えている。歯科技術は、人体の中で口腔内の健康を維持することを目的に進歩、発展をしてきた。口腔内環境は、患者個々で異なり、標準化された処置だけでは対応しきれず、歯科医師や歯科衛生士、歯科技工士の人の手を直接介する技術が必要であった。しかし、パーソナルコンピュータの発展とともに歯科医療においてもデジタル機器の進歩が目覚ましく、従来技術(アナログ技術)から新技術のデジタル化された医療機器を使用した治療へと変わろうとしている。特に歯科技工士に関しては、有資格者の減少という問題に直面しており、デジタル化された技術によって対応することが余儀なくされる環境へとようになってきている。

日本国内の歯科企業においても、顧客である歯科医院、歯科技工所のこの変化への対応が求められている。特に従来技術で収益を上げ、それを経営財源としてきた国内中小企業においては、企業成長のためにもこのアナログからデジタルへの変化への対応が企業存続の上でも重要である。

技術の転換期は、どの業界でも起きており、歯科業界の顧客が変化するという状況を分析、そこでの企業成長戦略、特に中小企業におけるそれを提示することが、技術転換期での企業成長戦略のための一つの対応としての提案になることを目的に本研究を行った。

本論文ではまず、技術転換期における各種先行研究と歯科業界のレビューを行い、歯科業界における現状と歯科医療関係者の関係を明らかにすることとそこでの企業関係を分析することにより、中小企業の成長戦略の糸口を見つけることを行った。そこで着目したものは、デジタルからアナログにおける顧客である歯科技工士の変化、その変化に対応した歯科技工士が新技術の顧客となること、従来技術の市場で収益を上げてきた企業の新技術市場への参入と顧客獲得の難しさである。

研究方法としては、歯科業界の事例を分析して、中小企業における成長戦略の要件を導き出し、その要件をもとに新しい中小企業の成長戦略仮説モデルを提言した。

結果として、既存技術を使用する歯科技工所の顧客への企業活動で収益を上げている中小企業において重要なことは、既存技術の市場と歯科技工所が縮小する中で既存の顧客である歯科技工所の新技術市場での顧客への転換であり、新技術へ対応できる顧客の創出による自身の新市場での顧客創出であった。

そのために中小企業は、新技術を知る必要があり、新技術の研究開発を行うことが必要であった。そこから顧客が成長できる情報を収集して提供を行い、既存顧客との関係を深め、さらに新技術市場での顧客として変化、成長させることで自身の新技術市場での顧客が獲得できることを導き出し、その成長戦略モデルの仮説を提言した。