



元氣とタイムリーな情報を提供する

# 五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2018年03月26日 第862号「週刊五十嵐レポート」

## GNT企業とは

経産省の細谷祐二地域政策研究官の話聞いた。

グローバル・ニッチトップ(GNT)企業とは、製品差別化を通じた市場の細分化により生み出したニッチ市場で高いシェアを有する「ニッチトップ企業」のうちで、競争力で特に優れ、国際市場でも活躍する企業のことをいう。

もの作りの中小企業には3類型がある。1つは、SC(サプライチェーン)型企業。下請け企業とよばれていた。自動車などの加工組立型産業で部品を量産し、その部品を用いる上位の企業に納入することからサプライチェーンに組み込まれている企業。取引先は少数。2つ目は、SP(シンプルプロセッシング)型企業。東京の大田区などに見られる特定の金属加工の工程(切削、鋳造、鍛造、プレス、めっきなど)のうち種類だけ行う単工程加工の企業。取引先数は20社~30社。3つ目は、NT(ニッチトップ)型企業。直接自社ブランドで製品を市場に販売している。取引先数は200社~300社と多い。

1999年制定された「新事業創出促進法」により経産省は、潤沢な資金(助成金)を投下して、もの作りの中小企業をGNT企業を育成しようとした。しかし、失敗に終わった。開発された新製品が全く売れなかった。原因を探るべく、既存のGNT企業にヒアリングを行った。そこには共通点があった。

1つ目は、市場ニーズの把握。ユーザーからの相談事を断らない。「できない」とは言わない。また新製品が売れない場合、海外の展示会・見本市に出展する。市場の声を聴く。日本の大手企業は新規先には消極的。海外企業は品質、価格、納期を守れば、実績は問わない場合が多い。2つ目は自社特有の技術力。3つ目は、足りない技術は外部から積極的に調達する。

1つのニッチトップ製品では、いつ何時どうなるかわからない。常に第二、第三のニッチトップ製品を開発している。イノベーションを欠かせない。平均のGNT企業は売上高23億円、従業員数97名の中小企業。規模を追いかけず、小さい市場でトップを狙う。そのためには組織は軽装備でスピード重視。非価格競争のため、海外に出る必要もなく、国内でも大手取引先の近くにいないでもいい。立地を選ばないため、GNT企業は全国に分布している。

ちょっと  
気になる出来事

経産省の細谷祐二地域政策研究官の話(アジアビジネス探索セミナーにて)を聞いていたとき、ちょうど隣に座っていたのが、グローバル・ニッチトップ(GNT)企業T社の会長さんだった。

T社は、東京都西多摩郡にあるレーザー加工の会社。年商8億前後、従業員60名。まさに中小企業。

西多摩郡とあって、私とお付き合いのあるY社の話をしたら、Y社は協力会社ですと答えた。是非一度当社に来てくださいと言ってくれた。他にも貪欲に情報収集していた。

細谷祐二氏の書籍「地域の力を引き出す企業 グローバル・ニッチトップ企業が示す未来」(ちくま新書)を読むと、東京にもGNT企業は多くある。それが東京の三多摩地区に多く点在している。

日本にしながら世界で勝負できる企業。これが理想です。

GNT企業は日本の他には、ドイツ、イタリアに多く存在する。ドイツでは「隠れたチャンピオン」と呼ばれている。



一口メモ  
知識

### 「努力」を「成果」に直結させる

私は、谷底に落ちていた時期に社長に就任しています。

そこで最初に取り組んだのは、賃金カットでもなく、リストラでもなく、事業の縮小でもなく、仕組みづくりでした。

簡単に言うと、それは「努力を成果に結びつける仕組み」「経験と勘を蓄積する仕組み」「ムダを徹底的に省く仕組み」。これが、無印良品の復活の原動力になったのです。

仕組みとは、組織の根幹にあたるものです。これがしっかり築けていないと、いくらリストラをしたところで、不振の根本原因は取り除けず、企業は衰退します。

何事も「基本」がなければ「応用」がないのと同じように、「会社の仕組み」がなければ、そこから「知恵」も、ひいては「売上」も生まれません。

### 松井忠三氏「無印良品は、仕組みが9割」より

「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時~12時

「戦略社長塾東京」小岩校 土曜隔週(第2・第4) 午後2時~6時

「戦略社長塾東京」銀座校、五反田校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

