

第 10 回 中小企業における徹底したニッチマーケットの攻略のポイント

多くの中小企業に接するなかで経営的にいきづまっている方々の実態を見た時に共通していることがあります。事業そのものの組み立てが今の時代にマッチしていない、時代に後れているのです。このことは何度も申し上げていることですが。時代の変化は、時を追ってスピードを増しています。量的質的に大きく変化するなかで従来の経営路線を変えられず過去の延長線上でビジネスを進めているのです。マーケットや競争条件が大きく変わるなかで、今や通用しない商売のやり方、事業の組み立てで生きようとしている様は死を待つ経営そのものといえます。そのような企業と言われるまま日夜黙々と仕事に励んでいる従業員の方々が気の毒ともいえます。

今や競争はグローバル化を背景として国境を越えた生き残りの闘いであり、加えて質的にレベルアップし情報豊かで洗練されてきたマーケットへの対応力が一段と求められている時代です。競争のレベルが極めて高まっているのです。そのためには今の事業構造、経営構造、経営手法を再構築することが生き残りのための最重要課題といえます。

マーケットパイが拡大しないなかで多くの企業が成長分野に、体質的に古く改善余地の大きな業界に、潜在的・未開拓な可能性を持った業界等へチャンスがあれば参入しようと機会を狙っています。有望とみればあつとゆうまに競業企業が数多く参入し先行企業の先行利得がすぐ消失する時代です。加えて商品のライフサイクルも一段と短くなり投資した資金の回収も困難さがましています。

今後中小企業が生き残るためには、優れた製品、技術、サービスに加え総合的な経営のレベルを上げることが不可欠といえます。競争の次元が一段と高くなっているのです。しかし中小企業は経営資源に恵まれていないがため自ずと限界があります。そのためマーケットを絞り込み経営資源を集中し、その上で中小企業なるが故の強味を最大限生かすことが多くの中小企業にとって存続の要です。従前以上にニッチマーケットへの掘り下げが必要になってきているのです。

中小企業における徹底したニッチマーケットの攻略にあたっての3の着眼点

1. 小なるが故のスピード、現場感覚の鋭さ、トップから末端までの意思疎通の早さ、意識の共有化等々をマーケット・競争環境の変化への対応力の強みとして生かすこ

とです。その上で徹底した現場志向の経営感覚と経営トップの飽くなき探究心が必要です。

2. マーケットを徹底的に分析し、自社の強みを活かせる切り口、ターゲットに絞り込むことです。マーケットは多様化し、高度化、広域化しているだけにチャンスはあります。しかも求めれば情報も資金も集まる時代です。とにかくマーケットの声を聞くことです。

3. 社内の経営資源のみに執着しないで外部の力を活用することです。競争は以前と比べようがないほどレベルが上がっているのです。強味をさらに強化し、弱みは他者の力を活用することです。

以上長々と述べましたが、これからは一段と売上ではなく利益を、付加価値を重視した経営に邁進することです。そのためにはニッチマーケットを再評価し自社の強みを最大限生かせる部分を狙うこと、他社に負けない競争体質を作るため社内の経営資源の強化に加え外部の経営資源の活用を徹底して考えることが必要です。