



《今回のテーマ》は

## ガラパゴス大島に活路を求めて

お客様とお会いする時の参考情報としてご利用ください

「ガラパゴス大島」とは聞き覚えのない言葉だが、これは全国信用金庫協会が発行する月報「信用金庫」の本年1月号で慶応大学の渡邊幸男教授がレポートの副題として「ガラパゴス大島と日本自転車産業」で使われた言葉だ。

教授のレポートは「日本製造業の東アジア化とその意味」と題され自転車産業を例にとり、中小製造業、とくに地方の製造業者の方々には非常に示唆に富み参考となる自論を展開されている。ここでは教授の結論の紹介にとどめ残りは是非ともご一読をお勧めしたい。

①自転車産業は国内完結型の地域分業構造生産体制から中国を中心とする東アジアへ全面的にシフトしたのであって、単に「産業空洞化」したわけではない

②日本に輸出される自転車は、生産の企画・開発・生産は中国に立地する日系企業により主導され、日本市場に則した仕様で輸出がなされ日本企業が販売している。

「日本の国内消費市場での高度な独自ニーズの存在(いわゆるガラパゴス)は、グローバルな市場のニーズと大きく異なる。したがって世界市場を相手にする大企業には制約条件(携帯電話産業で言われるところのガラパゴス化)となるが、中小企業にとっては豊かな市場で存立・発展の基盤となる。(ガラパゴス大島)」

教授のレポートから導き出されることは、

①経営者は自社事業基盤のガラパゴスを探し出すこと。

②発見したガラパゴスに他社よりも精通すること。

③ガラパゴスに対応した自社の優位な経営資源を生かし大胆な業態転換を図ること。

すぐに経営者からは「東アジアにルートがないのに出来るわけがない。」との反論が上がるだろう。しかし、今ではジェットロを始め、多くの県で独自の産業交流支援機関が支援活動している。また金融機関も中国での支店開設を含め様々な支援を行っているので、相談することだろう。ただここでの「東アジア」は自転車産業における最適生産地と理解すればよい。

結論を一般論に戻せば、大企業が参入しにくい、高度な独自ニーズのマーケットが日本には多数あり、そのマーケットに自社主導で、最適生産地で最適価格の商品を生み出せば、中小企業の発展可能性は大きいと理解すべきだろう。

一例として中小企業の割合の高い自動車整備業を取り上げてみたい。顧客リストから、気象・地形・家族構成等で高度な独自ニーズの把握が可能だろう。昨今話題の電気自動車は部品点数がエンジン車の3万点から10分の1に削減されている。部品点数が大幅削減することは中小企業の参入分野でもあり、大胆な業態転換が求められる。

### (参考情報)

○日本固有・古来の文化で新しい切り口を探せ (2007-1703)

○自社の強みや特徴と顧客の欲求を結べ (2007-1702)

○経営者の役割は自らと組織に革新を促し強い会社にすること (2010-0367)

○自社の強みを磨きあげ競争から守る最適なポジションを見出す (2010-0369)

○中小製造業の成功要件/事業転換は困難だが企業永続には不可避 (2010-0354)

○避けられないリスクにどう備え挑戦していくか (2010-0375)

○電気自動車 (2009-0022)

( )内は情報番号です

皆様が、お客様から相談をうけた時、「JRS経営情報」をちょっとした参考情報として提供されればお客様から喜ばれることは必定です。

なお、お客様にコンテンツをご提供する場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。また、お探しの情報が不明な場合はご照会ください(0120-89-0240)。