

－ 要 旨 －

■四国におけるシェア世界一・日本一企業は殆どがニッチトップ企業

四国には「100社を超すシェア世界一・日本一企業」が立地しているとされ、こうした企業の多数の存在が「四国の特徴」の一つとして挙げられている。本調査では、「シェア世界一・日本一企業」を、四国に本社を持ち、海外もしくは国内の特定分野においてトップシェア（もしくは3割以上のシェア）や航空宇宙分野向けなどの世界レベルの特殊な技術を持つ企業として定義した。その内容をみたと、殆どが中堅・中小企業であり、その手掛ける分野はニッチ分野であった。また、大企業においても、事業資源を特に注入しているのはニッチ分野であった。つまり、四国のシェア世界一・日本一企業は、その殆どがニッチ分野で活躍するニッチトップ企業といえる。

■四国におけるニッチトップ企業の特徴は徹底的な顧客志向

今回調査では代表的なニッチトップ企業28社を対象にその多くに共通する特徴を整理した。特徴は以下の通りで、営業開拓先や既存の取引先である「顧客」がキーワードである。

- (1) 沿革上、ニッチトップ分野は第2・第3の創業事業に位置づけられ、社歴の比較的長い企業が既存事業への危機感などを発端として始めたものであること。
- (2) 製品面では、発注を受けた顧客毎に仕様を合わせたオンリーワン製品で且つロングセラー製品であること
- (3) 経営面では、将来的な取引先も含めた顧客のニーズを探るため直販など営業先との接点を大切にしていること
成長要因・差別化要因は以下のように細分化され、ここでもキーワードは「顧客」である。

- ①対象の業界が成長過程にあり、サプライヤーとして早期に顧客（営業開拓先や既存の取引先）が抱える問題解決に取り組んだこと
- ②顧客との対話を重視し、改良・改善を重ねたこと
- ③製品のバリエーションを増やし、顧客の幅を広げる努力をしたこと（技術と顧客の横展開）
- ④生産ラインへの独自のこだわりを持ち、自社オリジナルとしていること
- ⑤海外も含めて四国外の将来的な顧客を早期に視野に入れ製品開発・技術獲得を行ったこと

また、四国に本社を持つことについては、最新情報の獲得の面では不利を認めつつも、周囲に惑わされないことや情報の取捨選択に真剣になることなどをアドバンテージとして挙げる企業が複数あった。人材面では、「勤勉さ」や「定着率の高さ」などがメリットとして挙げられた。地域（自治体など行政、大学など教育機関、経済団体など）に対する期待は人材関連が多かった。

■四国にニッチトップ企業が育った理由は、四国の持つ「場所の力」など

四国にトップ企業が育った理由としては、地域が持つ「場所の力」が大きいとみられる。もともと四国は、巨大市場への近接性に不利な面を抱えていたが、この状況が逆に地元経営者の将来感覚を鋭敏にさせ、独自進化を促すとともに顧客のニーズを深く考える機会をもたらし、その積み重ねが他社の追随を許さぬ業界トップとしての地位確立に結びついたとみられる。特に経営者が営業開拓先や既存の取引先である顧客の抱える問題を持ち前の技術やアイデアで解決し、地道に小さなヒットを積み重ねることで更に技術やノウハウを蓄積し、それを武器に業界トップとなったとみられる。

■今後に向けて、「企業は顧客に寄り添い、地域は企業に寄り添う」ことが必要

四国のニッチトップ企業の更なる成長やニッチトップ企業の層の拡大に向け、地域（自治体など行政、大学など教育・研究機関、経済団体など）に求められる対応について画一的な回答は無いが、企業誘致など「外部の力」を呼び込むことに興味を持つだけでなく、ニッチトップ企業も含め既に立地している地元の企業に従来以上にスポットを当て盛り上げることが重要と思われる。その前提となるのは、地域と企業の対話を通じた企業ニーズの追求である。既に具体的取り組みは進められているところだが、地域が今後行うべきことは、四国のニッチトップ企業が「顧客に寄り添っている（顧客志向）」ことに倣い、「地域は企業に寄り添い」、なすべきことを考えることが一層求められている。

以上

【担当：四国支店企画調査課 千葉幸治】