

# 「時には大胆な決断も。」 競争が激しい中で、付加価値の高いニッチ市場を 獲得するために、時代のニーズを探りながら、 商品開発のヒントやアイデアを見つける。

他のやらないことをやる。それは中小企業が発展的に生き残るための王道。  
ニッチ市場を開拓し、光を放ち続ける企業の高付加価値戦略とは？

【巻頭特集】

大阪府商工労働部大阪産業経済リサーチセンター／越村惣次郎  
OSAKA RESEARCH CENTER FOR INDUSTRY AND THE ECONOMY

Sojiro Koshimura



株式会社東和製作所／曾賀敬二  
TOWA Manufacturing Co.,LTD

Keiji Soga



株式会社ベスト／野田康洋  
BEST.CORPORATION

Yasuhiro Noda



施設の電気室に欠かせない変圧器のケースを一手に受注する株式会社東和製作所常務取締役の曾賀敬二氏と、自動車排気系部材ワイヤーメッシュ製造が事業の7割を占める株式会社ベスト代表取締役の野田康洋氏にお越しいただき、大阪産業経済リサーチセンター越村惣次郎をファシリテーターに「ニッチ市場開拓の現状と今後のヒント」を語っていただいた。

## ニッチへの扉を開いた本業の深掘り、特殊製品受注。

越村 ここ数年、中小企業を取り巻く環境が厳しくなり、アジアの新興勢力の参入できないニッチ市場を目指す会社は多いと思いますが、ニッチ市場は狭く小さいため、見つけることが難しく、参入障壁も高いと言われています。現在の事業内容とあわせ、どういったキッカケで市場に参入されたのかをお話してください。

野田 弊社はガasketをはじめとした自動車及び自動二輪車用の排気系関連部品を主体とした生産・販売を行ってきました。それ自体が隙間系のビジネスなのですが、十数年前にガasketの素材の一つであったワイヤーメッシュの内製化に取り組みました。その後、用途に合わせた多様なワイヤーメッシュの開発を進めるなかで、関連のオファーが増えていき、これが新たなニッチ市場への参入のきっかけにもなっています。

越村 例えば、どのようなニッチ市場でシェアをお持ちですか？

野田 正確なシェアはわかりませんが、自動車の遮熱カバー用のワイヤーメッシュ部品は、国内外で年間500万台相当分を納品しています。

曾賀 農機具部品の生産から出発した弊社は、平成に入って関西電力の仕事をするようになったことがきっかけで変圧器のケースを作り始め、今ではそれが主力製品になっています。平成6年以降にできた施設の電気室に入っている変圧器にはすべてうちの製品が入っています。

越村 創業当時の事業内容からの流れの中でニッチ市場に参入された訳ですね。

曾賀 関西電力向けの変圧器を作っている会社の下にはうちのような会社が700社ぐらいあって、それぞれ部品を作っています。今の製品については、他に作っているところがないので、結果的にニッチな製品を作っているということになります。変圧器ケースは年間通して3千台～4千台出荷ペースで、累計6万～7万台ぐらい納入しています。

## 生産システムへのイノベーション体質に勝機。

越村 ニッチ市場は参入障壁が高いといいますが、それでも他社はその手この手で参入を狙ってきます。それに対してシェアを維持し続け、伸ばしていくための差別化戦略とはどのような

### profile

#### 株式会社ベスト

ガasketをはじめとした自動車、自動二輪車の排気系関連部品を製造・販売。中国に子会社を設立し、品質、価格両面で幅広いニーズに対応している。

大阪市鶴見区今津中 5-1-35  
TEL.06-6968-6449  
http://www.best-jp.com/

#### 株式会社東和製作所

高度な設備力を生かした丁寧なものづくりで、電力会社の設備部品製造で事業の軸を形成。生活者のニーズに照準を合わせた次なる事業展開にチャレンジしている。

豊中市利倉 2-12-27  
TEL.06-6862-3545  
http://www.twass.co.jp/