

中小企業政策研究（第1回）

平成23年5月20日（金）、滋賀大学大津サテライトプラザ・サテライトルームにて滋賀大学と滋賀県との連携による「中小企業政策研究」の第1回目を開催しました。

今回は、「中小企業のマーケティング戦略」と題して、滋賀大学産業共同研究センター長の野本明成先生から講義をいただいたうえ、質疑・ディスカッションを行いました。

野本先生は、マーケティング戦略、技術経営、マーケティング・リサーチを研究分野とされています。

「製品はできたがさっぱり売れない」、「製品は売れたが利益は出ない」そんな状況を打破するために重要なのがマーケティングである。刻々と変化する事業環境を的確にとらえ、機会と脅威の分析（SWOT分析）や強みと弱みの分析により、事業機会の発見をする。そして、セグメンテーション（顧客を同質的なセグメントに分類）、ターゲティング（どのセグメントを標的にするか）、ポジショニング（選定したセグメントに対して他社にない価値を提供）でマーケティング戦略を構築し、マーケティング・ミックス（製品開発、価格決定、プロモーション活動、流通経路設定）を行う。ロボット産業や後発医薬品産業の例などを交えながら、事業化の基本的なプロセスをご説明いただきました。

特に中小企業のマーケティング戦略としては、顧客の未充足ニーズの情報収集（ニーズにマッチした製品開発）、新用途の開拓（技術の転用）、ニッチ市場の開拓（大企業の参入が困難な分野の開拓）が重要であり、これらを実践するためには、顧客はもちろん、大学、金融機関、自治体等支援機関からの情報収集や産学共同研究利用による調査・分析などに中小企業が自ら積極的に取り組む必要があるとのことでした。

産学官連携に関しては、野本先生から地域ブランドプロジェクトの事例紹介がありました。内容は、滋賀大学が滋賀県立大学、県内中小企業、支援機関と共同で取り組む地域資源（高島の綿織物）を活用した新ジャンル衣料の開発です。

その後の質疑・ディスカッションでも、参加者の質問・意見を通じて多くの中小企業が抱える課題など様々なお話を野本先生から聞くことができました。

また、各大学とも滋賀大学産業共同研究センターのような組織を用意しているので、県内の中小企業の方には、気軽に大学を活用していただきたい。と最後にお話しされていたのが印象的でした。



<講師の野本明成先生>



<講義の様子>