

中小企業によるニッチトップの達成
～パシフィックソフトウェア開発株式会社の事例研究～

1220520 西出峻太

指導教員 石谷康人

研究背景

中小企業は、経営資源が乏しく、競争の激しい市場で勝ち続けることは難しい。そのため、競争相手のいないニッチ市場を選択または創造し、そこで存続するための戦略を採用することが望ましい。そうしたニッチ市場において、独自の技術を用いた自社製品を開発し、他社製品との差別化を図りつつ顧客の特殊なニーズに応え、ニッチトップになることが理想的である。しかし、技術志向の中小企業の多くは、経営資源の乏しさから自社開発を行うことが難しく、受託開発に徹することが多い。

研究目的

本研究は、ニッチトップを目指す技術志向の中小企業にとって参考となる知見を明らかにすることを目的とした。

調査・分析方法

本研究では、パシフィックソフトウェア開発株式会社による SeaVision の開発事例を用いて定性的研究を行った。本研究では、インタビュー調査の記録などの一次資料と、書籍などの二次資料を用いて、同社や同製品についての記述を作成し、分析を行った。

分析結果

パシフィックソフトウェア開発株式会社は、ソフトウェア不毛の地の高知県で、制御系のソフトウェアを開発する中で、複雑な課題を解決する力を蓄積してきた。同社は、そうした組織能力を海洋土木業界に持ち込み、活かすことで、濁りの影響を受けずに海底の深度や形状を計測する SeaVision の開発に成功した。同社はその際、ハードウェアや電子回路など、経験のない分野の開発にも取り組んだ。そして、超音波測深装置に関するニーズとシーズを結合させ、事実上の業界標準を獲得し、ニッチトップになった。

考察・結論

中小企業が自社製品を開発するには、「自社製品を持ちたい」という強い意志を組織で共有しつつ、それを実現するための組織的努力を惜しまないことが重要である。また、その自社製品でニッチトップになるには、ニッチ市場でこれから必要とされる技術を見越し、顧客に、自身の潜在ニーズに気付かせることが肝要である。さらに、徹底した技術サポートと製品の継続的なグレードアップを行うことで、ニッチトップを維持することが望ましい。