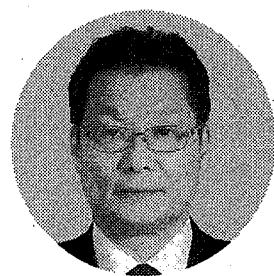


中経

論壇

鈴憲毛織社長

藤澤亨



改めて述べるまでもなく、自動車・電機などの輸出産業にとって追い風となる円安傾向も、製造業にとっては原料高を経由する形で逆風となつている。日本の製造業に占める従業員300人以下の中小企業数は99%を超えると言われば、経営基盤が決して強固とは言えない。それら中小企業に、円安リスクは重くのしかかるばかりである。

中小企業庁が首頭取りであ

り難いため使いづらい、原料コストや加工費コストの上昇に対し、打つ手が無くなりつあるのが現状だ。

私が代表を務める尾州の会

社はアキスタイルの製造販売を生業とするが、ご想像通り円安の余波をまともに食らっている。1ドル100円時代に比して約2割の原料高がまたも効き出すには、取引間はあるものの、国内の繊維生産そのものが空洞化しつつ

るヤーフティネット保証制度も、売上が漸増する景気回復局面では条件を満たすことが

難しいため使いづらい、原料から糸を作り、それを縫緝(たてよこ)に織り上げ布にする。その布を裁断し型に落とし、

しかしながら、昨今の尾州の生産能力は最盛期の十分の一に落ち、繁忙期には受注を

こなしきれない状況を生んでいる。その結果、問屋や商社の仕込みが早まり、繊維の受注はますます早期化する。原料の仕込みが早まるが、それらを含む

規模の経済性による。ひとつの総

ふじさわ とおる 鈴憲毛織社長。監査法人などを経て、2010年鈴憲毛織入社。12年専務。14年から現職。グループの経営コンサルティング会社・SKソリューション社長も兼務する。慶應義塾大学経済学部卒。63歳。長野県松本市出身。

工業と商業の狭間で①

その結果、繊維業は産業集積は、余程上手に舵取りをせねば命取りとなりかねない。シルクの富士吉田、長纖維合織の北陸、綿の泉州、レーヨンの桐生などが有名だが、毛織物の尾州も長い歴史を誇る。

しかししながら、昨今の尾州の生産能力は最盛期の十分の一に落ち、繁忙期には受注をこなしきれない状況が厳しくなる。その結果、問屋や商社の仕込みが早まり、繊維の受注はますます早期化する。原料の仕込みが早まるが、それらを含む

規模の経済性による。ひとつの総

市場細分化は企業がマーケティングを行う際、重要な考え方である。その発想の原点は顧客がもつ異質性で、顧客は状況によって異なる好みをもつといふことに基づく。たとえばのどが渴いて何か飲みたいと思うとき人にによって緑茶やコーヒーというような異なる選択が行われる。当然ながらおされた状況が厳しくなれば、好みの共通性が増す。

顧客の異質性は、企業は市場の規格化することで、企業資源の効率が低下する。このようなために、モジ

通プラットフォームの方法を品が最近の傾向は商品またはターフエースを共通化し、拡大する異質化する。そのため砂漠に取り残された場合、水分ならなんでもいいということも考えられる。ただ通常の状況であ

● オープン
カレッジ

マーケティングの市場細分化

円安リスク打撃の繊維产地

ば、顧客のこのようないいことを思われる。

顧客異質性の塊にアクセス

を低下させ、製造側の資金負担は円を追う毎に増していく。円安だけでも大変なのに。

ば、顧客のこのようないいことを思われる。

受行駆

分化が市場を意味する、このような

燃料電池
ステーシ
長戦略に
相は「力
いくこと
燃料電池
倍首相=

ト

●

受行駆

分化が市場を意味する、このような