

平成26年7月2日
株式会社日本政策金融公庫
総合研究所

**日本公庫総研レポート「中小企業における『新たな価値創造(NVC)』への取り組み」を発行
～中間財メーカーに求められるコスト低減以外の付加価値向上策とは～**

日本政策金融公庫総合研究所では、日本公庫総研レポート「中小企業における『新たな価値創造(NVC)』への取り組み」を発行しました。

近年、中小企業を取り巻く環境が大きく変化する中で、中小企業は、これまでの「安くて良いものを作る」ビジネスモデルだけでは、付加価値の確保が難しくなっています。

本レポートでは、「安くて良いものをつくる」以外の価値創出手法を「新たな価値創造(NVC: New Value Creation)」と定義し、NVCに取り組むことで付加価値向上を実現した中小企業に対して詳細な調査を行い、取り組みに向けたポイントを明らかにしました。

本レポートの概要は以下のとおりです。

本レポートの概要

1. 新たな価値創造(NVC)と本業との関係 (pp. 54-55 参照)

事例企業は、「顧客」、「連携先」、「ツール」のいずれか（または複数）の領域において、本業から一歩踏み出した取り組みをおこなっています。それによって、各企業が特徴を作り出し、差別化を実現しています。

2. 新たな価値創造(NVC)の種類 (pp. 53-56 参照)

新たな価値創造への取り組みは、「製品開発・事業開発」、「情報発信・顧客コミュニケーション」、「イベント開催・キャンペーン実施」の3つに分類できます。

3. 新たな価値創造(NVC)による成果 (pp. 54-56 参照)

新たな価値創造に取り組むことで、事例企業は、「他社との差別化への貢献・本業へのフィードバック」、「企業・組織に対する効果」、「社外との連携体制構築」、「NVCが利益を生み出す」という4つの成果を実現しています。

4. 新たな価値創造を実現するためのポイント (pp. 58-60 参照)

(1) 本業と離れ過ぎない「必然性」のある取り組み、(2) シンプルな取り組みの「組み合わせ」、(3) 自社の利益に結び付ける「仕組み」、(4) 多様な主体を巻き込んだ取り組み、の4点です。

※本レポートの全文につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

<お問い合わせ先>株式会社日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第二グループ (担当: 丹下)
TEL: 03-3270-1269