

■ TAMAブランド宣言

- 1 TAMAに集積する幅広い分野の多様な要素技術間の連携によって、先端産業のイノベーションに貢献します【イノベーション志向】
- 2 日本の経済・社会・文化・政治の中心地、東京に隣接する地域として、日本の各地方と首都圏、地方と世界を繋ぐ役割を担い、日本経済全体の活性化に貢献します【ローカル連携・グローバル連携の推進】
- 3 TAMA地域の多様な産業集積を活かした異分野異業種連携を推進して、つねに新しいものづくりを志向し、グローバルニッチ市場でトップシェアをめざす企業を産み出します【GNT企業の創出】
- 4 武蔵野やさがみ野の面影を残す自然豊かなTAMA地域として、地球全体の喫緊の課題である環境問題の解決に率先して取り組み、世界にもものづくりクラスターの範を示すとともに、ものづくり産業と自然環境調和の実現をめざします【環境配慮ものづくり・エコクラスターの形成】
- 5 これらの取組みが自立的、発展的に行われるイノベーションエコクラスターの形成をめざします【ビジネスの自立循環・エコクラスターの形成】



第四期5ヵ年計画 (2013年～2017年)

■ ビジョン

環境配慮ものづくりを推進し、TAMAエコクラスターを形成

■ ミッション

産学官金が結集してイノベーションを起こし、TAMA地域の産業経済を活性化する

具体的には、TAMAブランドの確立(TAMAブランド宣言の実現)のため、グローバル連携によって、GNT企業を連続的に創出する。

■ 数値目標

- ① グローバル連携

┌	ローカル(国内)連携 .. 200件
	グローバル(海外)連携 .. 100件
- ② TAMAブランド企業 100社認定!
- ③ TAMA-GNT企業 10社

平成29年度
TAMA-GNT企業を選定

TAMA-GNT企業の成長の道筋をまとめた事例集を作成する予定です。

TAMAブランド事業

【TAMA – GNT企業】

G : global（海外で十分に鬪える製品・技術をもっている）

- ・グローバル市場に直接展開している。
- ・他社製品に組み込まれるなど間接的にグローバル市場に展開している。
- ・グローバル市場を意識した経営上の工夫がある。

N : niche（市場の細分化やターゲティングなどで目の付け所が優れている）

- ・特定製品・役務が細分化されている。
- ・市場を細分化する軸がユニークである。
- ・ターゲットとする顧客の絞り込みが優れている。

T : top（競合他社を寄せ付けない（＝市場シェア率が高い）強みを持っている）

- ・製品力（技術シーズの魅力）・提案力（シーズ志向によるニーズ喚起力）がある。〈Product〉
- ・適合力（サービスも含めて市場ニーズに合わせる力）がある。〈Product〉
- ・コスト競争力（安く作る力）がある。〈Price〉
- ・販売力（チャネル選定やセールス等の販売面の力）がある。〈Place・Promotion〉

