

2001年、有望市場・商品・ビジネス手法を読む

氏名/プロフィール	市場・商品・ビジネス
 <p>通産省加藤敏春・前サービス産業課長 ベンチャー支援・マイクロビジネス提唱者</p>	<p>最近、大企業も従来の系列取引からの転換を進めており、今後はアウトソーシング市場が拡大する。また中高年や女性の進出が増え起業・創業のあり方も変わってくる</p>
 <p>法政大学・小門裕幸教授 ベンチャービジネス研究の第一人者</p>	<p>全産業の大リストラが終わった米国はアウトソーシングが成長産業になっている。日本は一周遅れでリストラ・再編が始まり、今後は大企業からのスピンアウトが出るだろう</p>
 <p>博報堂生活総研・大田雅和主席研究員 消費行動の調査分析が専門</p>	<p>情報・通信、コンテンツがセットになってナンバー1市場だ。価格破壊や流通破壊などもIT革命の力を借りて初めて威力を発揮する。すべての産業にITがかかわる</p>
 <p>シーズネット・岡田清社長 無印良品を立ち上げて成功に導く</p>	<p>消費行動や購買行動の変化で、衣・食関連分野がまだまだ伸びる。その中で生活提案型ショップや身近な問題を解決するソリューション産業などが注目されるだろう</p>
 <p>NTVP・村口和孝代表 創業期支援のベンチャーキャピタリスト</p>	<p>世界に通用するビジネスという観点から情報・通信とソフト・コンテンツ産業に注目している。半導体、情報、バイオなどでも優れた技術者は多いが、起業マインドに乏しい</p>
 <p>NAI・井浦幸雄社長 シード期専門のベンチャー支援を展開</p>	<p>人の生活に密着した衣・食・住産業にまだまだ潜在的な成長力を感じる。ユニクロに代表されるように、ひとひねりしたビジネスや物流の仕組みを考えた企業が勝ち残る</p>
 <p>起業家情報センター・井本剛司社長 日本初のFC本部の格付けに取り組む</p>	<p>21世紀を見通したとき、バイオと医療がナンバー1市場だ。命の値段は高まり、ほかの産業と比べようがない。FC業界は不況下でも売り上げ、店舗数とも伸びている</p>
 <p>ザ・クイック・坂野尚子社長 美容・健康の新業態店開発の第一人者</p>	<p>有望市場はビジネス支援、企業支援のアウトソーシングだ。身近には会社のパーティー請負や人材教育支援なども入る。価格破壊・流通破壊の分野も注目している</p>
 <p>ティーベック・砂原健市専務取締役 ゼロから最大手電話健康相談会社を育てる</p>	<p>情報・通信、医療関連が最有力ビジネスだ。わが国は人類史上最速で最高齢社会になった。そこで開発した商品、サービス、健康管理システムなどは有力な輸出商品になる</p>
 <p>デジャヴ・大河原勉社長 新業態リサイクルブティックをFC展開</p>	<p>ヒトゲノムの解読で脚光を浴びたバイオ分野が中長期的にみてナンバー1成長市場だ。再生医療で保険業界にも影響を与える。身近では当社がいるリサイクル市場だ</p>
 <p>クイックマッサージ・富澤君夫社長 マッサージのアウトソーサーで急成長</p>	<p>規制緩和が進み競争原理が導入されると福祉市場がナンバー1だ。とくに老人ホームは入居形態やサービスに工夫すると人気が出る。高齢者への生活支援便利屋も有望</p>
 <p>心の居酒屋・可知忠和社長 60歳以上の高齢者居酒屋が大成功</p>	<p>21世紀のことを考えると、新エネルギー・省エネ分野に注目する。代替エネルギーの太陽光や風力発電に期待している。リサイクル分野もこれまで以上に重要になる</p>
 <p>イノセント・楠目典子社長 主婦だけのエコPBメーカーを主宰</p>	<p>好不況に関係なく成長し続けるのは人材・教育分野だろう。それと健康・安全市場も伸びると思う。個人的には仕事で忙しいため、家事支援・育児支援ビジネスが重要</p>
 <p>スマイルズ・遠山正道社長 脇役のスープを主役にした専門ショップを新開発</p>	<p>成熟した衣食住市場が新たな「共感ビジネス」として発展の可能性がある。今、展開中のスープ専門店が自分たちが食べたいオリジナルスープを開発し、提供している</p>
 <p>エヌトレード・西村禎志社長 NECを説サラシネット商社で起業</p>	<p>ブロードバンド化や次世代携帯電話などで、ソフト・コンテンツ市場が飛躍的に伸びるだろう。ソニーのロボットが人気だが、子供向け、老人介護向けロボットに注目</p>