

平成27年6月23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「少子高齢化時代の新ビジネス」を発行

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「少子高齢化時代の新ビジネス」を発行しました。

総務省「人口推計」によれば、日本の人口は2011年以降、減少傾向となっており、少子高齢化時代が本格的に到来しています。このような人口動態・構成の変化は日本経済に対して既に大きな影響を及ぼしており、今後、この影響は更に強まるものと考えられます。

かかるなか、本レポートでは中小企業の動きに限定し、少子高齢化ビジネスを展開するにあたり、どのような取り組みが有効なのか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

インタビュー調査を踏まえ、中小企業が少子高齢化ビジネスに取り組むうえで、「4つのN（ニーズ、ノウハウ、ネットワーク、熱意）」が重要と考えられます。

1 新たなニーズ (Needs) を読み取る力

少子高齢化ビジネスは潜在的な成長性は高いものの、まだニッチな分野であることから、手間がかかるほか、きめ細やかな対応やリスク管理が必要となります。

新たなニーズを素早く読み取ることで、狙った市場での地位を早めに確立し、先行者利益の獲得を目指すことが求められています。

2 ノウハウ (Know How) を確立する力

ニーズの発見には、幅広い実体験や問題意識が役立ちます。例えば、既存事業がある場合にはソーシャルニーズが何かを考え、自社のノウハウをどのように適用できるかを考えることで新事業の「芽」の発見につながる可能性があります。

3 ネットワーク (Network) を構築する力

大企業や専門家との連携は、少子高齢化ビジネスを展開している企業の信頼性と知名度を高め、それによって集客を見込むことができるという利点があります。また、同業他社と連携して第三者組織的な協会を立ち上げることは、業界としての認知度を向上させ、消費者・利用者の信頼獲得にもつながります。

4 経営者の熱意 (Netsui)

1～3の取り組みを進め、持続させるためにも、新分野を切り拓き、事業を成功させるという経営者の熱意が必要です。

※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。